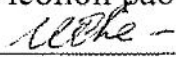


**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ
НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ**
ОГА ПОУ «Новгородский торгово-технологический техникум»

УТВЕРЖДАЮ:

Заместитель директора по
учебной работе

 И.А. Емельянова

«31» 08 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 СОЗДАНИЕ ИМИДЖА, РАЗРАБОТКА И ВЫПОЛНЕНИЕ
ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗА НА ОСНОВАНИИ ЗАКАЗА**

43.02.13 Технология парикмахерского искусства
*по программе подготовки специалистов среднего звена
социально – экономического профиля*

Квалификация выпускника – парикмахер - модельер

Великий Новгород, 2020

Рабочая программа профессионального модуля ПМ. 03 Создание имиджа, разработка и выполнение художественного образа на основании заказа по специальности 43.02.13 Технология парикмахерского искусства составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования, утвержденного Приказом Минобрнауки России № 1558 от 09.12.2016г. и учебным планом.

Организация-разработчик: областное государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Новгородский торгово-технологический техникум

Разработчики:

Кравченко С.В. - *методист УМО*

Владимирова Н.А. – *начальник УМО*

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
1.1 Область применения программы	4
1.2 Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения модуля	4
1.3 Рекомендуемое количество часов на освоение программы мод	5
2 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГОМОДУЛЯ	7
3.1 Тематический план и содержание профессионального модуля	7
3.2 Содержание профессионального модуля	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	16
4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению	16
4.2 Информационное обеспечение обучения	16
4.3 Общие требования к организации образовательного процесса	17
4.4 Кадровое обеспечение образовательного процесса	18
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	20
6. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ	24
7. ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	26

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 СОЗДАНИЕ ИМИДЖА, РАЗРАБОТКА И ВЫПОЛНЕНИЕ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗА НА ОСНОВАНИИ ЗАКАЗА

1.1 Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля ПМ. 03 Создание имиджа, разработка и выполнение художественного образа на основании заказа является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.13 Технология парикмахерского искусства в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): «Создание имиджа, разработка и выполнение художественного образа на основании заказа» и соответствующих общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК).

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области гостиничного дела при наличии среднего общего образования..

1.2 Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности «Создание имиджа, разработка и выполнение художественного образа на основании заказа» и соответствующие ему профессиональные компетенции, общие компетенции

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен:

уметь:

- разрабатывать концепцию имиджа клиента;
- создавать имидж клиента на основе анализа индивидуальных особенностей и потребностей;
- разрабатывать и выполнять конкурсные и подиумные работы в сфере парикмахерского искусства;
- разработка концепции художественных образов;
- проводить предварительный опрос клиента и добиваться получения информативных ответов на все важные вопросы;
- поддерживать позитивный контакт с клиентом в течение всей процедуры;
- получать обратную связь от клиента до окончания процедуры;
- поддержание позитивного и дружелюбного отношения к клиенту;
- эффективные коммуникации с клиентами

знать:

- систему стилей в парикмахерском искусстве;
- художественную систему моделирования причесок и стрижек;

- тенденции моды в стилистике и технологиях парикмахерских услуг, в художественной творческой деятельности;
- принципы индивидуальной особенности и потребности потребителя, имиджа клиента;
- художественную систему – выбор типажа, стилевую направленность, одежду, прическу, макияж;
- значение художественного образа в развитии парикмахерского искусства;
- особенности создания коллекции, подиумных и конкурсных работ;
- общие принципы разработки коллекции причесок;
- виды и технологические аспекты конкурсных и подиумных работ в сфере парикмахерского искусства;
- разработку эскизов, схем, обоснование технологии;
- важность изучения пожеланий клиента, проведения предварительного опроса, уточнения непонятных моментов;
- возможные способы и источники получения информации, на основе которой будет построено выявление потребностей клиента;
- подходящие формы и стили коммуникации с клиентами различных культур, возрастов, ожиданий и предпочтений;
- важность самоорганизации, таймменеджмента и самопрезентации
- для того, чтобы клиент чувствовал себя комфортно;
- внешний вид мастера;
- базовые принципы успешной работы с клиентской базой;
- схемы проведения акций.

иметь практический опыт в:

- создании имиджа клиента на основе анализа индивидуальных особенностей и потребностей;
- выполнении конкурсных и подиумных работ в сфере парикмахерского искусства;
- разработке концепции художественных образов;
- анализе рынка парикмахерских услуг;
- продвижении профессиональных услуг и товаров;
- применении стандартов обслуживания.

1.3 Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Всего – 730 часов, в том числе, включая:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 252 часа;
- самостоятельной работы обучающегося – 10 часов;
- учебной и производственной практики – 432 часа;
- экзамен квалификационный – 18 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «Создание имиджа, разработка и выполнение художественного образа на основании заказа», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями.

2.1. Перечень общих компетенций:

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.
ОК 02.	Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.
ОК 04.	Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 06.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе общечеловеческих ценностей.
ОК 07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 08.	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.
ОК 09.	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке.
ОК 11.	Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

2.2. Перечень профессиональных компетенций:

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 3.	Создание имиджа, разработка и выполнение художественного образа на основании заказа
ПК 3.1.	Создавать имидж клиента на основе анализа индивидуальных особенностей и его потребностей.
ПК 3.2.	Разрабатывать концепцию художественного образа на основании заказа.
ПК 3.3.	Выполнять художественные образы на основе разработанной концепции.
ПК 3.4.	Разрабатывать предложения по повышению качества обслуживания клиентов.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1 Тематический план профессионального модуля ПМ 03 Создание имиджа, разработка и выполнение художественного образа на основании заказа

Коды профессиональн ых общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)						Практика	
			Обязательные аудиторные учебные занятия				самостоятельная учебная работа		учебная, часов	Производстве нная, часов
			всего, часов	в т.ч. лабораторн ые работы и практическ ие занятия, часов	в т.ч., курсовая проект (работа), часов	промежуто чная аттестация, часов	всего, часов	в т.ч., курсовой проект (работа), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 3.4. ОК 01-10	МДК. 03.01. Стандартизация и подтверждение соответствия	48	46	-	-	-	2		144	288
ПК 3.4. ОК 01- 10	МДК.03.02 Основы маркетинга сферы услуг	48	46	-	-	-	2			
ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3. ОК 01- 10	МДК. 03.03. Стилистика и создание имиджа	184	160	52	24	18	6			
	Квалификационный экзамен	18								
	Учебная практика, часов	144								
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	288								
	Всего:	730	252	52	24	18	10		144	288

3.2 Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ 03 Создание имиджа, разработка и выполнение художественного образа на основании заказа

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов
1	2	3
Раздел 1. МДК. 03.01 Стандартизация и подтверждение соответствия		48
Тема 1. Основы стандартизации		10
Тема 1.1. Сущность стандартизации и ее составляющие	Содержание	
	1. Значение стандартизации в профессиональной деятельности.	
	2. Цели и задачи стандартизации в России.	
	3. Основные направления развития стандартизации. Функции стандартизации.	
	4. Объекты стандартизации: понятие, классификация объектов, их определение	
Тема 1.2. Нормативные документы по стандартизации и их применение	5. Субъекты стандартизации: организации, органы и службы.	6
	Содержание	
	1. Виды нормативных документов, их определение.	
	2. Технические регламенты.	
	3. Стандарты: понятие, категории и виды.	
Тема 1.3. Правовые основы стандартизации	Содержание	4
	1. Федеральный закон «О техническом регулировании»	
Тема 2. Подтверждение соответствия Тема 2.1. Основы оценки соответствия	2. Закон РФ «О защите прав потребителей».	14
	Содержание	
	1. Оценка соответствия, декларирование соответствия, сертификация	
	2. Задачи, объекты и субъекты подтверждения соответствия.	
	3. Формы подтверждения соответствия	
	4. Оценка соответствия, декларирование соответствия, сертификация	
	5. Задачи, объекты и субъекты подтверждения соответствия.	
Тема 2.2.	6. Формы подтверждения соответствия.	
	7. Правила проведения сертификации	
Тема 2.2.		

Качество продукции и услуг	1. Показатели качества продукции и услуг.	6
	2. Особенности сферы услуг.	
	3. Условия труда - назначение, виды, средства, методы, нормативно – правовую базу проведения контроля качества продукции и эстетических услуг профилактического ухода за внешностью человека.	
	4. Критерии и составляющие качества услуг.	
Тема 2.3. Идентификация парфюмерно–косметической продукции	Содержание	6
	1. Понятие, виды, критерии, показатели парфюмерно-косметической продукции.	
	2. Методы идентификации парфюмерно-косметической продукции.	
	3. Штриховое кодирование	
Самостоятельная учебная работа при изучении раздела 1		2
1. Подготовить доклад "История развития стандартизации"		
2. Изучение нормативных документов по стандартизации применительно к сфере сервиса		
3. Подготовить презентацию "Условия труда в области эстетических услуг"		
Раздел 2. МДК.03.02 Основы маркетинга сферы услуг		48
Тема 1 Основы менеджмента.	Содержание	8
	1. Предмет и сущность менеджмента на современном уровне. Направления менеджмента	
	2. Задачи менеджмента.	
	3. Эффективность менеджмента. Основные подходы менеджмента	
	4. Современные направления менеджмента	
	5. Внутренняя и внешняя среда организации	
	6. Функции менеджмента и их специфика в индустрии красоты.	
	7. Структура планирования. Принципы планирования.	
	8. Стратегическое и текущее планирование деятельности организации.	
	9. Миссия организации. Цели организации. Виды организационных структур и их влияние на эффективность деятельности в организации. Разновидности организационных структур	
	10. Важность самоорганизации, таймменеджмента и самопрезентации.	
Тема 1.1. Управленческие решения и коммуникации	Содержание	
	1. Понятие управленческих решений Процесс принятия управленческого решения, как интеллектуальная деятельность руководителя	
	2. Технология разработки управленческих решений.	

	3. Распределение полномочий на принятие решений. Делегирование полномочий Коммуникация в процессе принятия управленческого решения.	6
	4. Классификация коммуникаций.	
	5. Межличностные коммуникации и возможные причины, препятствующие их эффективному проведению.	
	6. Современные технологии управления организацией. Эффективное руководство	
	7. Управление конфликтами и стрессами Коллектив как высшая и оптимальная форма группового взаимодействия.	
	8. Стили управления. Современные технологии управления организацией. Особенности управления персоналом в салоне красоты	
Тема 2. Основы маркетинга Тема 2.1. Современная концепция маркетинга услуг и сервиса	Содержание	4
	1. Понятие маркетинга.	
	2. Основные функции маркетинга в сфере услуг.	
	3. Рынок услуг в сфере красоты.	
	4. Исходные понятия маркетинга: нужды, потребности, запросы, товар и рынок.	
Тема 2.2. Система маркетинговых исследований	Содержание	6
	1. Информация как основа для принятия маркетинговых решений. Виды информации: первичная и вторичная	
	2. Основные направления маркетинговых исследований: рынок, конкуренты, потребители, товары, цены, каналы распределения, маркетинговые коммуникации.	
	3. Основные этапы процесса исследования	
	4. Сегментирование рынка. Признаки сегментации: географические, демографические, экономические, социальные, психографические	
	5. Критерии оценки сегмента.	
	6. Важность изучения пожеланий клиента, проведения предварительного опроса, уточнения непонятных моментов;	
	7. Возможные способы и источники получения информации, на основе которой будет построено выявление потребностей клиента	

	8.Понятие позиционирования. Основания для позиционирования товара, услуги.	
Тема 2.3. Покупательское поведение и риски в индустрии красоты	Содержание	6
	1.Понятие качества товара, услуги с точки зрения потребителя и производителя.	
	2.Требования потребителя к товару, услуге.	
	3.Конкурентоспособность товара, услуги.	
	4.Маркетинговый подход к классификации товаров, услуг.	
	5.Жизненный цикл товара, услуги.	
	6.Риски, связанные с разработкой и выводом нового товара, услуги на рынок.	
Тема 2.4. Цена в комплексе маркетинга сервисной организации	Содержание	6
	1.Цели ценообразования.	
	2.Классификация подходов к ценообразованию. Процедура назначения цены.	
	3.Соотношение цена / качество	
	4.Основные стратегии ценообразования, условия их применения.	
	5.Реакции предприятия на изменение цен конкурентов.	
	6.Составление прейскуранта на услуги парикмахерских.	
Тема 2.5. Маркетинговые коммуникации	Содержание	10
	1.Комплекс маркетинговых коммуникаций (реклама, паблик-релейшнз, ярмарки и выставки, личные продажи, стимулирование сбыта.	
	2.Реклама (товарная, корпоративная, социальная, институциональная, политическая).	
	3.Принципы и методы рекламной деятельности	
	4.Основные задачи рекламы. Виды, цели и средства рекламы.	
	5.Виды деятельности по формированию общественного мнения. Отношения со СМИ.	
	6.Стимулирование сбыта и продаж	
	7.формы и стили коммуникации с клиентами различных культур, возрастов, ожиданий и предпочтений;	
	8.Продвижение профессиональных услуг и товаров	
	9.Применение стандартов обслуживания;	
	10.Типовые стратегии стимулирования сбыта.	
	11.Управление процессом продаж.	
Самостоятельная учебная работа при изучении раздела 2. Выполнить реферат по одной из тем: Мероприятия целевого маркетинга для индустрии красоты.		2

Развитие сферы сервиса в России. Методы и стратегии ценообразования в сфере индустрии красоты.		
Раздел 3 МДК. 03.03 Стилистика и создание имиджа		160
Тема 1.1. Основа создания имиджа клиента на основе анализа индивидуальных особенностей и потребностей	Содержание	32
	1. Система развития стилей.	
	2. Особенности развития стиля и моды.	
	3. Художественная система моделирования причесок и стрижек;	
	4. Факторы формирования стиля и моды.	
	5. Тенденции моды в стилистике и технологиях парикмахерских услуг, в художественной творческой деятельности;	
	6. Принципы индивидуальной особенности и потребности потребителя, имиджа клиента;	
	7. Художественная система – выбор типажа, стилевая направленность, одежда, причёска, макияж	
	Тематика практических занятий	18
	1. Определение принадлежность причёсок к историческим эпохам, выполнение их стилизации.	
	2. Разработка и выполнение причёсок различных стилевых направлений XX-XXI в.в. на основе анализа журналов мод.	
	3. Подбор материалов, анализ современных стилевых и модных направлений.	
	4. Разработка эскизов и схем причёсок и стрижек актуальных модных направлений.	
	5. Разработка концепции имиджа клиента;	
	6. Создание имиджа клиента на основе анализа индивидуальных особенностей и потребностей;	
Тема 1.2. Художественные средства и способы создания имиджа клиента	Содержание	20
	Составляющие облика.	
	1. Элементы облика	
	2. Индивидуальность и уникальность.	
	3. Критические точки внешности.	
	4. Психология образа.	
	5. Символика цвета. Цвет, характер, настроение. Цветовые типажи.	
	6. Психология цвета, его влияние на образ.	

	7. Стилистая и модная символика цвета в моде, причёске, макияже, одежде.	10
	8. Понятие стиля и имиджа человека. Основные составляющие имиджа.	
	9. Система построения стиля и имиджа по профессии.	
	Тематика практических занятий	
	1. Подбор форм причёсок и стрижек, с учетом индивидуальных особенностей клиента	
	2. Определение цветового решения внешнего облика. Подбор цвета и выполнение на модели.	
	3. Выбор стиля и типа имиджа для конкретного человека Графическое подтверждение выбора имиджа.	
Тема 1.3. Художественные средства и способы построения причёсок и стрижек с учетом облика человека	Содержание	16
	1. Соответствие причёски и стрижки внешнему облику, стилю, моде, назначению	
	2. Художественные средства построения. Композиция.	
	3. Технологические средства моделирования.	
	4. Роль причёски и макияжа в создании имиджа.	
	5. Художественная система – выбор типажа, стилистая направленность, одежда, причёска, макияж	
	Тематика практических занятий	6
	1. Выполнение повседневных нарядных причёсок с учетом имиджа клиента	
Тема 1.4. Особенности конкурсных и подиумных работ в сфере парикмахерского искусства	2. Выполнение причёсок зрелищного назначения	16
	Содержание	
	1. Значение художественного образа в развитии парикмахерского искусства;	
	2. Особенности создания коллекции, подиумных и конкурсных работ;	
	3. Общие принципы разработки коллекции причёсок;	
	4. Виды и технологические аспекты конкурсных и подиумных работ в сфере парикмахерского искусства;	
	5. Разработка эскизов, схем, обоснование технологии.	
	Тематика практических занятий и лабораторных работ	18
	1. Разработка и выполнение конкурсных причёсок	
	2. Разработка и выполнение подиумных работ в сфере парикмахерского искусства;	
	3. Разработка концепции художественных образов	
	4. Выполнение работы на основе разработанной концепции и на основе анализа индивидуальных особенностей и потребностей клиента	

	5. Разработка и выполнение художественного образа на основании заказа.	
Самостоятельная учебная работа при изучении раздела 3 1. Работа с информационными материалами по подбору причесок и стрижек. 2. Выполнить презентации "Исторические стили в прическах". 3. Работа с полиграфическими материалами – современные модные и стилевые направления в прическах и стрижках (доклад, реферат) 4. Работа над обликом: составление личного типажа телосложения, цветового решения с учетом психологии, характера (Выполнить презентацию) 5. Работа с дополнительной литературой по теме : основные составляющие облика – стиль, имидж (доклад и презентация) 6. Подбор материалов и графическое моделирование причесок различного назначения (портфолио в рисунках, фотографиях, схемах) 7. Посещение семинаров и конкурсов профессионального мастерства		6
Курсовая работа Тематика курсовых проектов работ: 1. Разработать и выполнить стилизацию причесок эпохи «Древняя Греция» 2. Разработать и выполнить стилизацию причесок стиля «Футуризм» 3. Разработать и выполнить стилизацию этнических причесок 4. Разработать и выполнить стилизацию причесок эпохи «Малое Рококо» 5. Разработать и выполнить стилизацию причесок эпохи «Итальянского возрождения» 6. Разработать и выполнить стилизацию причесок эпохи «Барокко» 7. Разработать и выполнить стилизацию причесок эпохи «французское возрождение» 8. Разработать и выполнить стилизацию причесок эпохи «Ампир» 9. Разработать и выполнить стилизацию причесок периода 20-х годов 20 века 10. Разработать и выполнить стилизацию причесок периода 30-х годов 20 века 11. Разработать и выполнить стилизацию причесок периода 40-х годов 20 века 12. Разработать и выполнить стилизацию причесок периода 70-80 г 20 века		
Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе): 1. Введение. Цели и задачи курсового проектирования. 2. Историческая справка. 3. Творческая часть. Тренды сезона в модном образе. 4. Выбор и изучение модного образа. Выбор модели. 5. Выбор и обоснование стрижки, цветового решения, прически.		24

6. Выбор технологий выполнения работы. 7. Составление технологических карт. 8. Графическая часть. Оформление эскизов образа. 9. Оформление таблиц, схем, рисунков, эскизов, фото, коллажей. 10. Практическое выполнение работы на модели. 11. Защита курсовой работы.	
Промежуточная аттестация в форме экзамена	18
Учебная практика раздела 3 Виды работ 1. Создание имиджа клиента на основе анализа индивидуальных особенностей и потребностей; 2. Выполнение конкурсных причесок; 3. Выполнение подиумных работ в сфере парикмахерского искусства; 4. Выполнение работы на основе разработанной концепции и на основе анализа индивидуальных особенностей и потребностей клиента; 5. Разработка и выполнение художественного образа на основании заказа.	144
Производственная практика раздела 3 (если предусмотрено рассредоточенное прохождение практики) Виды работ 1. Создание имиджа клиента на основе анализа индивидуальных особенностей и потребностей; 2. Выполнение конкурсных причесок; 3. Выполнение подиумных работ в сфере парикмахерского искусства; 4. Выполнение работы на основе разработанной концепции и на основе анализа индивидуальных особенностей и потребностей клиента; 5. Разработка и выполнение художественного образа на основании заказа.	288
Экзамен квалификационный	18
Всего	730

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

1. Учебный кабинет гуманитарных и социально-экономических дисциплин

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- мультимедийная техника (при необходимости);

2. Лаборатория моделирования и художественного оформления прически, оснащенная оборудованием:

- Парикмахерская мойка для волос в комплекте с креслом
- Сушуар
- Климазон
- Облучатель - рециркулятор воздуха ультрафиолетовый

бактерицидный

- Ультрафиолетовая камера для обработки для парикмахерского инструмента

- Стул для мастера
- Рабочее место парикмахера с зеркалом
- Парикмахерское кресло с обивкой из водонепроницаемых материалов, оборудованное гидроподъемником
- Тележка парикмахерская на колесах

Весы парикмахерские

Штатив напольный для манекена

3. Мастерская: «Салон-парикмахерская», оснащенная оборудованием:

- Парикмахерская мойка для волос в комплекте с креслом
- Сушуар
- Климазон
- Вапоризатор
- Облучатель - рециркулятор воздуха ультрафиолетовый

бактерицидный

- Ультрафиолетовая камера для обработки для парикмахерского инструмента

- Стул для мастера
- Рабочее место парикмахера с зеркалом
- Парикмахерское кресло с обивкой из водонепроницаемых материалов, оборудованное гидроподъемником
- Тележка парикмахерская на колесах
- Весы парикмахерские
- Штатив для манекена

4.2 Информационное обеспечение обучения

нормативно – правовые акты

1. Федеральный закон от 27 декабря 2002 г. N 184-ФЗ «О техническом регулировании»
<http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=196382#0>
2. Федеральный закон РФ от 26.06.2008 №102-ФЗ «Об обеспечении единства измерений»
<http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=182748#0>
4. Федеральный закон от 29 июня 2015 г. N 162-ФЗ "О стандартизации в Российской Федерации" <http://ivo.garant.ru/#/document/71108018/paragraph/1:0>

основные источники:

1. Инновационная маркетинговая деятельность в сфере услуг: Учебное пособие / Казаков С.П. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 398 с.
2. Основы стилистики в парикмахерском искусстве и декоративной косметике: Учебное пособие / Сергеев Е.Н. - Мн.: РИПО, 2016. - 219 с.:
3. Основы метрологии, стандартизации и сертификации: Учебное пособие / Н.Д. Дубовой, Е.М. Портнов. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 256 с.:

дополнительные источники:

1. Качурина Т. А. Метрология и стандартизация: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / Т.А. Качурина. - М.: Издательский центр "Академия", 2013. - 128 с.
2. Метрология, стандартизация, сертификация: Учебник / И.П. Кошечкина, А.А. Канке. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 416 с.
<http://znanium.com/bookread2.php?book=405064>
3. Парикмахерское искусство: Учебное пособие (ФГОС) / Смирнова И.В. - Рн/Д: Феникс, 2018. - 313 с.: 84x108 1/32. - (Среднее профессиональное образование)
4. Справочник парикмахера О.А.Панченко - Ростов-на -Дону, «Феникс», 2013.

электронные ресурсы

www.parikmaher.net.ru;
<http://gazeta-p.ru/>;
<http://parikmaher.net.ru/>;
<http://www.hairforum.ru/>;
<http://www.hairlife.ru>.

4.3 Общие требования к организации образовательного процесса

При освоении программы профессионального модуля «Создание имиджа, разработка и выполнение художественного образа на основании заказа» учебные занятия по междисциплинарным курсам проходят парами с

уроками по 45 минут с перерывами по 10 минут между уроками и между парами. Продолжительность учебной недели 36 часов.

Текущий контроль предусматривает тестирование, устный и письменные опросы, контрольные работы. Аттестация проводится в форме квалификационного экзамена. Консультационная помощь обучающимся осуществляется в индивидуальной и групповой формах в количестве часов, предусмотренных учебным планом.

В целях реализации компетентностного подхода, предусматриваются использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий. Использование данных форм проведения занятий сочетается с внеаудиторной работой, способствующей формированию и развитию общих и профессиональных компетенций (участие обучающего в развитии студенческого самоуправления, участие в работе общественных организаций, творческих клубах и др.).

В целях организации учебного процесса Новгородский торгово – технологический техникум заключает договор о производственной практике обучающихся с предприятием, в котором указывается численность обучающихся направляемых на практику, сроки, условия и порядок проведения производственной практики, соблюдение правил охраны труда

Обязательным условием допуска к производственной практике является освоение содержания разделов профессионального модуля и прохождение учебной практики для получения первичных профессиональных навыков.

Учебная и производственной практика (по специальности) проводится концентрировано.

При прохождении производственной практики на предприятиях и организациях продолжительность рабочего времени зависит от возраста и составляет в соответствии с трудовым законодательством: для подростков от 16 до 18 лет – 6 часов в день (36 часов в неделю); в возрасте 18 лет и старше – не более 40 часов в неделю.

4.4 Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация образовательной программы обеспечивается руководящими и педагогическими работниками техникума, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на условиях гражданско-правового договора, в том числе из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью «Технология парикмахерского искусства» (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет).

Квалификация педагогических работников техникума отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Педагогические работники получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в

том числе в форме стажировки в организациях по направлению деятельности «Технология парикмахерского искусства» не реже 1 раза в 3 года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

Доля педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), обеспечивающих освоение обучающимися профессиональных модулей, имеющих опыт деятельности не менее 3 лет в организациях, направление деятельности которых соответствует направленности «Технология парикмахерского искусства» в общем числе педагогических работников, реализующих образовательную программу, составляет не менее 25 процентов

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения позволяют проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1. Создавать имидж клиента на основе анализа индивидуальных особенностей и его потребностей. ПК 3.2. Разрабатывать концепцию художественного образа на основании заказа. ПК 3.3. Выполнять художественные образы на основе разработанной концепции. ПК 3.4. Разрабатывать предложения по повышению качества обслуживания клиентов. ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности. ОК 03. Планировать и	Практический опыт - Оценка процесса Оценка результатов Умения - Оценка процесса Оценка результатов Знания - 75% правильных ответов	Практические работы Курсовая работа Экзамен Экспертное наблюдение выполнение практических работ Тестирование Ситуационная задача

реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие. ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами. ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста. ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе общечеловеческих ценностей. ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях. ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности. ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности. ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке. ОК 11. Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере		Наблюдение и экспертная оценка работы на практических занятиях, во время учебной и производственной практике
--	--	---

6.ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

ПМ.03 СОЗДАНИЕ ИМИДЖА, РАЗРАБОТКА И ВЫПОЛНЕНИЕ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗА НА ОСНОВЕ ЗАКАЗА

6.1 Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета по МДК 03.01 Стандартизация и подтверждение соответствия

1. Значение стандартизации в профессиональной деятельности.
2. Цели и задачи стандартизации в России.
3. Основные направления развития стандартизации. Функции стандартизации.
4. Объекты стандартизации: понятие, классификация объектов, их определение
5. Субъекты стандартизации: организации, органы и службы.
7. Виды нормативных документов, их определение.
8. Технические регламенты.
9. Стандарты: понятие, категории и виды.
10. Федеральные законы «О техническом регулировании» и «О защите прав потребителей».
11. Оценка соответствия, декларирование соответствия, сертификация
12. Задачи, объекты и субъекты подтверждения соответствия.
13. Формы подтверждения соответствия
14. Оценка соответствия, декларирование соответствия, сертификация
15. Задачи, объекты и субъекты подтверждения соответствия.
16. Формы подтверждения соответствия.
17. Правила проведения сертификации
18. Показатели качества продукции и услуг.
19. Особенности сферы услуг.
20. Условия труда - назначение, виды, средства, методы, нормативно – правовую базу проведения контроля качества продукции и эстетических услуг профилактического ухода за внешностью человека.
21. Критерии и составляющие качества услуг.
22. Понятие, виды, критерии, показатели парфюмерно-косметической продукции.
23. Методы идентификации парфюмерно-косметической продукции.
24. Штриховое кодирование

Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета по МДК 03.02 Основы маркетинга сферы услуг

1. Предмет и сущность менеджмента на современном уровне. Направления менеджмента
2. Задачи менеджмента.
3. Эффективность менеджмента. Основные подходы менеджмента
4. Современные направления менеджмента
5. Внутренняя и внешняя среда организации
6. Функции менеджмента и их специфика в индустрии красоты.
7. Структура планирования. Принципы планирования.

8. Стратегическое и текущее планирование деятельности организации.
9. Миссия организации. Цели организации. Виды организационных структур и их влияние на эффективность деятельности в организации. Разновидности организационных структур
10. Понятие управленческих решений Процесс принятия управленческого решения, как интеллектуальная деятельность руководителя
11. Технология разработки управленческих решений.
12. Распределение полномочий на принятие решений. Делегирование полномочий
13. Коммуникация в процессе принятия управленческого решения.
14. Классификация коммуникаций.
15. Межличностные коммуникации и возможные причины, препятствующие их эффективному проведению.
16. Современные технологии управления организацией. Эффективное руководство
17. Управление конфликтами и стрессами Коллектив как высшая и оптимальная форма группового взаимодействия.
18. Стили управления.
19. Современные технологии управления организацией.
20. Особенности управления персоналом в салоне красоты
21. Понятие маркетинга.
22. Основные функции маркетинга в сфере услуг.
23. Рынок услуг в сфере красоты.
24. Исходные понятия маркетинга: нужды, потребности, запросы, товар и рынок.
25. Информация как основа для принятия маркетинговых решений. Виды информации: первичная и вторичная
26. Основные направления маркетинговых исследований: рынок, конкуренты, потребители, товары, цены, каналы распределения, маркетинговые коммуникации.
27. Основные этапы процесса исследования
28. Сегментирование рынка. Признаки сегментации: географические, демографические, экономические, социальные, психографические
29. Критерии оценки сегмента.
30. Важность изучения пожеланий клиента, проведения предварительного опроса, уточнения непонятных моментов;
31. Возможные способы и источники получения информации, на основе которой будет построено выявление потребностей клиента
32. Понятие позиционирования. Основания для позиционирования товара, услуги.
33. Понятие качества товара, услуги с точки зрения потребителя и производителя.
34. Требования потребителя к товару, услуге.
35. Конкурентоспособность товара, услуги.

- 36.Маркетинговый подход к классификации товаров, услуг.
- 37.Жизненный цикл товара, услуги.
- 38.Риски, связанные с разработкой и выводом нового товара, услуги на рынок.
- 39.Цели ценообразования.
- 40.Классификация подходов к ценообразованию. Процедура назначения цены.
- 41.Соотношение цена / качество
- 42.Основные стратегии ценообразования, условия их применения.
- 43.Реакции предприятия на изменение цен конкурентов.
- 44.Составление прейскуранта на услуги парикмахерских.
- 45.Комплекс маркетинговых коммуникаций (реклама, публик-рилейшнз, ярмарки и выставки, личные продажи, стимулирование сбыта.
- 46.Реклама (товарная, корпоративная, социальная, институциональная, политическая).
- 47.Принципы и методы рекламной деятельности
- 48.Основные задачи рекламы. Виды, цели и средства рекламы.
- 49.Виды деятельности по формированию общественного мнения. Отношения со СМИ.
- 50.Стимулирование сбыта и продаж
- 51.формы и стили коммуникации с клиентами различных культур, возрастов, ожиданий и предпочтений;
- 52.Продвижение профессиональных услуг и товаров
- 53.Применение стандартов обслуживания;
- 54.Типовые стратегии стимулирования сбыта.
- 55.Управление процессом продаж.

**Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации
в форме экзамена по МДК 03.03 Стилистика и создание имиджа**

1. Система развития стилей.
- 2.Особенности развития стиля и моды.
3. Художественная система моделирования причесок и стрижек;
4. Факторы формирования стиля и моды.
5. Тенденции моды в стилистике и технологиях парикмахерских услуг, в художественной творческой деятельности;
6. Принципы индивидуальной особенности и потребности потребителя, имиджа клиента;
7. Художественная система — выбор типажа, стилевая направленность, одежда, прическа, макияж
8. Элементы облика
9. Индивидуальность и уникальность.
10. Критические точки внешности.
11. Психология образа.

12. Символика цвета. Цвет, характер, настроение. Цветовые типажи.
13. Психология цвета, его влияние на образ.
14. Стилиевая и модная символика цвета в моде, причёске, макияже, одежде.
15. Понятие стиля и имиджа человека. Основные составляющие имиджа.
16. Система построения стиля и имиджа по профессии.
17. Соответствие причёски и стрижки внешнему облику, стилю, моде, назначению
18. Художественные средства построения. Композиция.
19. Технологические средства моделирования.
20. Роль причёски и макияжа в создании имиджа.
21. Значение художественного образа в развитии парикмахерского искусства;
22. Особенности создания коллекции, подиумных и конкурсных работ;
23. Общие принципы разработки коллекции причёсок;
24. Виды и технологические аспекты конкурсных и подиумных работ в сфере парикмахерского искусства;
25. Разработка эскизов, схем, обоснование технологии.

6.2 Критерии оценки для проведения промежуточной аттестации в форме экзамена /дифференцированного зачета

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если отсутствует знание и понимание теоретического содержания курса; несформированность большей части практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, очень низкое качество выполнения заданий (не выполнены, либо оценены числом баллов, ниже минимального); отсутствует мотивация к обучению.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если присутствует знание и понимание теоретического содержания курса с незначительными пробелами; несформированность некоторых практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, низкое качество выполнения заданий (не выполнены, либо оценены числом баллов, близким к минимальному); низкий уровень мотивации учения.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если есть полное знание и понимание теоретического содержания курса; недостаточность в обосновании отдельных собственных суждений, не оказывающая значительного влияния на формирование практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях; достаточное качество выполнения всех предусмотренных программой обучения заданий; средний уровень мотивации учения.

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если есть полное знание и понимание теоретического содержания курса, без пробелов; обоснование собственных суждений с учетом сформированных необходимых практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях; высокое качество выполнения всех предусмотренных программой обучения заданий.

6.3 Методические материалы, определяющие процедуру оценивания по дисциплинам модуля

1. Процедура оценивания результатов освоения программы дисциплины включает в себя оценку уровня сформированности общекультурных компетенций обучающегося, уровней обученности: «знать», «уметь», «владеть».

2. При сдаче экзамена:

– профессиональные знания обучающегося могут проверяться при ответе на теоретические вопросы; степень владения профессиональными умениями, уровень сформированности компетенций (элементов компетенций) – при решении ситуационных задач, выполнении практических работ и других заданий.

7. ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Рабочая программа: одобрена на 20__/_ учебный год и утверждена начальником учебно – методического отдела Владимировой Н.А.

от ____ 20__ г.

(подпись)

Рабочая программа: одобрена на 20__/_ учебный год и утверждена начальником учебно – методического отдела Владимировой Н.А.

от ____ 20__ г.

(подпись)