

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Институт Репутационных Технологий «Арт энд Имидж»**

Утверждено
Директор
ОЧУ ДПО «ИРТ «Арт энд Имидж»
Зеленова У.В.
«26» августа 2019 года



**Программа дополнительной общеобразовательной
(общеразвивающей) подготовки**

ИМИДЖМЕЙКЕР-СТИЛИСТ

МОСКВА 2019

I. Общая характеристика программы

1.1 Цель реализации программы: формирование у слушателей общеобразовательных компетенций, необходимых для профессиональной деятельности в области имиджологии.

Основные задачи учебной программы:

- обеспечение необходимых условий, учитывающих индивидуально-личностный потенциал слушателей, способствующих развитию их духовных, мыслительных и творческих возможностей;
- создание предпосылок для формирования мотивации и интереса к профессиональной деятельности в области создания имиджа персоны;
- формирование практических навыков для построения гармоничного индивидуального стиля персоны.

1.2. Характеристика нового вида профессиональной деятельности

а) Область деятельности:

Имиджология – инновацио-технологическая дисциплина человеческого жанра. Можно утверждать, что в России состоялось конституирование этой новой отрасли теоретико-прикладного знания. Интегрируя в себе около 10 научных дисциплин гуманитарного, искусствоведческого и естественного характера, она помогает людям компактно использовать столь солидный информационный банк для выстраивания достойных отношений в различных социумах, высвечивать свои личностно-деловые качества, умело затенять свои недостатки, обретать морально-психологическую уверенность в общении. Имидж человека – один из видов социальной коммуникации. Имидж носит личностный характер, за который может зацепиться наше сознание. Реалии сегодняшнего дня таковы, что общество реагирует на предъявляемый имидж, и не стремится разобраться с внутренним миром предъявителя. В ускоряющемся процессе межличностных коммуникаций, при засилии информационных потоков и плотной деловой конкуренции, привлекательно выстроенный имидж является единственным способом грамотной самопрезентации. Все эти обстоятельства делают профессию имиджмейкера все более востребованной.

Программа «Имиджология» нацелена на саморазвитие и обучение. В ней соединены дисциплины, позволяющие понять целостность имиджа, взаимодействия его внешних и внутренних компонент и научиться управлять им. Имидж – не есть желание нравиться, это способ вхождения людей в систему социальных отношений. Поэтому в программе заложено изучение как теоретических аспектов имиджа, так и практических технологий по его изменению и приведение в состояние гармоничной целостности, техниками диагностирования потребностей человека, раскрывают характеристики имиджа, обеспечивающие его действенность, достижение поставленной цели.

Разработка и гармонизации визуального имиджа, разработка персонального стиля и управление им.

Разработка стратегий проведения мероприятий по повышению имиджа компаний, созданию основ корпоративной культуры и др.

Разработка корпоративного имиджа и его внедрение

б) Объектами деятельности в соответствии с профилем подготовки являются:

- частные лица
- государственные и негосударственные организации (учреждения), общественные объединения, обеспечивающие реализацию конституционных прав граждан на доступ к культурным ценностям и свободу творчества в области имиджологии;
- многофункциональные учреждения (социально-культурные центры, культурно-спортивные комплексы), учреждения и организации индустрии досуга;
- средства массовой информации и учреждения, осуществляющие культурно-просветительную деятельность (музеи, издательства, филармонии, театры), социальные и социально-реабилитационные учреждения;
- общеобразовательные учреждения и учреждения дополнительного образования, обеспечивающие организацию свободного времени людей с использованием социально-культурных технологий.

в) Виды профессиональной деятельности:

- творческо-производственная;
 - административная и художественная деятельность;
 - проектная;
 - педагогическая.
- в области производственно-творческой деятельности:**
- создание программ и социально-культурных мероприятий, направленных на имиджирование, развитие творческого потенциала личности и коллектива.
 - участие в разработке и реализации социально-культурных технологий в области имиджологии в учреждениях и компаниях;
 - использование средств искусства для формирования корпоративной культуры;
 - обеспечение технологического процесса подготовки и проведения имиджирования;
 - проведение массовой просветительской и воспитательной работы; популяризация культурного образа жизни;
 - создание look-book для клиентов и компаний по визуальному представлению созданных имиджевых концепций
- в области проектной деятельности:**
- участие в разработке и обосновании социально-культурных проектов и программ;
 - разработка концепции создания и продвижения имиджа персоны, компании

- оказание консультационной помощи по разработке инновационных проектов и программ в социально-культурной сфере;

- в области педагогической деятельности:

- преподавание теоретических и практических дисциплин в области имиджологии в учреждениях дополнительного образования детей и взрослых; заинтересованных организациях и компаниях.

1.3. Требования к результатам освоения программы

Слушатель в результате освоения программы должен обладать следующими общекультурными и профессиональными компетенциями:

а) Общекультурные компетенции

- Владеть культурой мышления, быть способным к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.
- Уметь логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь.
- Быть готовым к кооперации с коллегами, работе в коллективе.
- Быть способным находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность.
- Стремиться к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства.
- Уметь критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков.
- Осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности.
- Использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, быть способным анализировать социально-значимые проблемы и процессы.
- Быть способным понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества; сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе; соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны;
- Владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации; иметь навыки работы с компьютером как средством управления информацией.
- Быть способным работать с информацией в глобальных компьютерных сетях.
- Владеть средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья, быть готовым к достижению должного уровня физической

подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

б) Профессиональные компетенции

Владеть:

- способностью отбирать адекватные профессиональным задачам методы психодиагностики и прогнозировать последствия принятых решений;
- способностью применять в профессиональной деятельности систему знаний о психологических закономерностях межличностного общения и взаимодействия людей, а также общения и взаимодействия в группах;
- объективным представлением об имиджелогии как области знаний и сфере деятельности;
- технологией самопрезентации;
- методами самоанализа, самооценки и самоконтроля в процессе общения;
- основными приемами и техниками имиджирования;
- способами анализа и оценки персонального и корпоративного имиджа;
- организационным подходом к формированию имиджа
- психологическими методами формирования и управления имиджем
- способами анализа и оценки персонального и корпоративного имиджа;
- знанием дизайна костюмного ансамбля и культуре материального мира;
- умением отслеживать связь визуальных составляющих имиджа и внутреннего мира персоны, позиционировать имидж человека в зависимости от его социальных ролей и жизненных установок;
- техниками диагностирования потребностей человека, раскрывающими характеристики имиджа, обеспечивающие его действенность и эффективность при достижении поставленной цели;
- знаниями по символике цвета, формы, линии, фактуры;
- навыками и управления «языком одежды» клиента;
- умением ориентироваться в модной индустрии и моде, как социо-культурном явлении
- анализом сезонных тенденций, выявление ключевых трендов;
- знанием ассортиментной политики брендов и торговых марок, умением ориентироваться в различных ценовых сегментах модной индустрии для эффективного шоппинг сопровождения;
- знаниями по технологии создания и управления базовым гардероб, модным гардероб, сезонным гардероб, ситуативным гардероб;
- знаниями Дресс-Кодов и системы их введения и контроля; умением разрабатывать корпоративные дресс-коды в зависимости от имиджа фирмы.

Уметь:

- Анализировать и оценивать степень эффективности персонального и корпоративного имиджа;
- Формулировать алгоритмы создания и отслеживания персонального и корпоративного имиджа;
- Использовать технологии корректировки персонального и корпоративного имиджа;

- Различать символичный язык цвета. Уметь выстроить костюмный ансамбль для конкретного человека в зависимости от его природных данных;
- Проводить снятие цветовых показателей с помощью инструментов имиджмейкера;
- Составить индивидуальную цветовую палитру;
- Определять типы фигур и лиц, разрабатывать методы их коррекции под каждого клиента;
- Различать уровень впечатления через призму формы и фактуры;
- Составлять диаграмму занятости, капсулы под индивидуальный запрос;
- Разбирать гардероб клиента по капсулам;
- Составлять шопинг - листы и шопинг маршруты;
- Формировать базовый и ситуативный гардероб клиента – на основе диаграммы занятости, индивидуальных особенностей клиента, степени консервативности, используя сочетания наиболее предпочтительных стилей одежды.
- Подбирать и комплектовать аксессуарную группу
- Создавать look-book для клиентов и компаний по визуальному представлению созданных имиджевых концепций
- Готовить клиента к специальным мероприятиям

1.4. Требования к уровню подготовки лиц, необходимому для освоения Программы (уровень образования)

Категория слушателей: программа предназначена широкому кругу лиц, желающих ознакомиться с видами и особенностями деятельности в области имиджологии – составом изучаемых дисциплин, необходимых для успешной работы имиджмейкером, требованиями к подготовке имиджмейкеров, образовательными организациями особенностями методологии и уровнями подготовки специалистов в данной области. Без предъявления требований к уровню образования.

1.5. Трудоемкость обучения: нормативная трудоемкость обучения по программе - 794 часа, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы слушателя.

1.6. Форма обучения: с отрывом, без отрыва, с частичным отрывом от работы, с использованием дистанционных образовательных технологий.

1.7. Режим занятий: при любой форме обучения учебная нагрузка устанавливается не более 24 часов в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы слушателя.

1.8. Календарный план: начало занятий определяется формированием группы. В стандартном режиме начало занятий два раза в год – сентябрь и февраль. Длительность освоения программы составляет 11 календарных месяцев.

2. Содержание программы

2.1 Учебно-тематический план

программы профессиональной переподготовки «Имиджология»

Наименование дисциплины	Общая трудоемкость, час	Всего, ауд. час.	Аудиторные занятия, час			СРС, час.	Текущий контроль (шт.)			Промежуточная аттестация	
			лекции	Лабораторные работы	Практические занятия		РК	КР	КП	зачет	Экзаме н
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Имиджология	44	36	20	8	8	36	+				
Введение в специальность	10	10	10			10					
Габитарный имидж	54	48	32	8	8	48		+			
Психология имиджа	64	52	36	8	8	52	+	+		+	
Создание и управление персональным брендом	30	28	18	4	6	28					
Теория композиции стилеобразования	38	32	12	10	10	32	+				
Цветоведение, колористика	48	40	16	14	10	40		+			
История моды	60	58	58			58					
Стилистика мужского гардероба	44	36	16	12	8	36	+	+		+	
Стилистика женского гардероба	68	60	24	20	16	60	+	+		+	
Структура и сегментация модной индустрии	18	16	12		4	16					
Основы профессионального мастерства	12	12	6		6	12	+				
Шопинг сопровождение	18	16	6	6	4	16			+		
Аксессуары	32	30	14	8	8	30		+			
Основы визажа	36	36	12	8	16	36	+				
Основы материаловедения	12	12	12			12					
Конфликтология	24	22	14		8	22	+				
Корпоративный имидж	30	26	16	6	4	26	+				
Практикум	152	146	16	8	122	146					
Итого	794	716	350	125	246	716					
<i>Итоговая аттестация</i>	<i>(дипломный проект итоговый экзамен, междисциплинарный экзамен)</i>										

* КР – курсовая работа, РК – контрольная работа, Реф – реферат, КП – курсовой проект

2.2. Предметы курса и краткое содержание.

«Имиджелогия»

Имиджелогия как научно – прикладная система знаний. Место имиджелогии в системе современных наук. Социально-теоретическая и практическая обусловленность возникновения имиджелогии. Теоретико-методологическое и прикладное направление имиджелогии. Имидж как объект изучения имиджелогии: определение понятия, сущность, структура. Персональный имидж: определение, сущность. Формирование мнения и оценочной установки. Механизмы восприятия имиджформирующей информации. Теоретические аспекты самопрезентации. Имиджирование как инструмент самопрезентации. Принципы имиджирования. Психологические аспекты формирования имиджа. Имидж как система. Имиджевые коммуникации. Стратегия формирования имиджа. Этапы формирования имиджа. Технологии формирования имиджа. Политический имидж. Имиджмейкинг в политике. Имидж политического лидера: определение, сущность.

Лабораторная работа « Стратегия формирования имиджа первого лица», деловая игра «Разрабатываем легенду», мастер-класс «Я успешный политик»

Виды занятий по теме: лекции, семинары, мастер-класс, деловая игра, лабораторные работы, самостоятельная работа.

Компетенции:

- Знать сущность понятий - персональный имидж;
- знать механизмы восприятия имиджформирующей информации;
- обладать знаниями по выстраиванию стратегии формирования имиджа.

Вид промежуточной аттестации: по желанию слушатель готовит реферат.

«Введение в специальность»

Компетенции профессионала консультанта по имиджу. Профессиональная диаграмма. Виды услуг консультанта по имиджу. Инструменты и методы работы имиджмейкера. Факторы, влияющие на выбор индивидуального стиля персоны. Процесс проектирования имиджа. Выявления социального потенциала, потребностей и интересов персоны, определение базовых установок и ведущих социальных ролей. Построение концепции образа клиента. Управляемый имидж, как определяющий ресурс в презентации персоны. Конструирование имиджа объекта – системный подход, работа с концепциями.

Лабораторная работа «Составляем список услуг», лабораторная работа «Выявляем социальные роли», деловая игра «Конструирование имиджа объекта»

Виды занятий по теме: лекции, семинары, мастер-класс, лабораторные работы, деловая игра, самостоятельная работа.

Компетенции:

- Знать инструменты и методы работы имиджмейкера;
- знать факторы, влияющие на выбор стиля персоны;
- обладать знаниями компетенций специалиста имиджмейкера;
- обладать знаниями по конструированию имиджа объекта.

Вид промежуточной аттестации: нет

«Габитарный имидж»

Типы имиджа. Имиджформирующая информация. Формула первого впечатления. Анти-имидж. Стереотипы имиджа – психологический, социальный стереотипы. Символьный язык одежды. Психология имиджевых воздействий. Коррекционные техники. Типология фигур. Теория иллюзий зрительного восприятия. Визуальная коррекция лица и фигуры. Отработка коррекционных техник на моделях.

Виды занятий по теме: лекции, семинары, мастер-класс, лабораторные работы, деловая игра, самостоятельная работа.

Лабораторная работа «Стереотипы имиджа», лабораторная работа на моделях «Коррекция фигуры», деловая игра «Первое впечатление»

Компетенции:

- Определять типы имиджа;
- знать и различать все стереотипы имиджа;
- определять типы фигур и лиц и разрабатывать методы коррекции под каждого клиента;
- различать уровень впечатления через призму формы и фактуры.

Вид промежуточной аттестации: по желанию слушатель готовит курсовую работу.

«Психология имиджа»

Психологические закономерности межличностного общения. Взаимодействия людей. Взаимодействия в группах. Психодиагностика. Психологические особенности построения имиджа и имиджевого консультирования. Приемы и тесты для изучения имиджевых свойств личности, их внутренних психических оснований. Психология в имиджевом консультировании. Психотехники формирования имиджа как приемы имиджирования. Манипулятивные приемы воздействия.

Виды занятий по теме: лекции, семинары, тренинг, мастер-класс, лабораторные работы, самостоятельная работа.

Лабораторная работа «Составление профиограммы имиджмейкера». Тренинг – «Взаимодействие». Тренинг – «Имиджевое консультирование». Лабораторная работа – «Проведение теста и его обработка». Тренинг «Манипуляция»

Компетенции:

- владеть способностью отбирать адекватные профессиональным задачам методы психодиагностики и прогнозировать последствия принятых решений;
- владеть способностью применять в профессиональной деятельности систему знаний о психологических закономерностях межличностного общения и взаимодействия людей, а также общения и взаимодействия в группах.

Вид промежуточной аттестации: по желанию Зачет. Реферат. Курсовая работа.

«Создание и управление персональным брендом»

Основы бренд менеджмента. Анализ влияния имиджа на профессиональную востребованность владельца.

Виды занятий по теме: лекции, семинары, самостоятельная работа.

Компетенции:

- Владеть знаниями по технологии построения личного бренда;

- Владеть знаниями личного бренда и уметь раскручивать свое имя.

Вид промежуточной аттестации: не предусмотрено

«Теория композиции и стилеобразования»

Теория композиции. Композиция костюмного ансамбля. Стилеобразование. Стиль и образ жизни. Стиль и мода. Классификация и характеристика стилей. Рассмотрение различных видов классификации стилей и их оснований. Характеристика стилей одежды, даваемая теорией костюма. Основные отличительные параметры стиля: эмоциональная нагрузка, функциональное использование, цвет, силуэт, линии, форма, фактура материала, аксессуарная группа. Композиция в коллажах. Создание коллажей под определенные задачи.

Виды занятий по теме: лекции, семинары, лабораторные работы, самостоятельная работа.

Лабораторная работа «Делаем коллажи по стилям», лабораторная работа «Составляем коллажи силуэтов», лабораторная работа «Делаем коллажи из различных фактур», лабораторная работа «Одеваем манекены по заданию».

Компетенции:

- Классифицирует основные базовые стили;
- владеет знаниями и четко определяет: Силуэт, форма, фактура;
- владеет ключевыми навыками по созданию композиции в костюмном ансамбле;
- владеет навыками производства коллажей для клиента и собственных наработок с использованием классификации стилей и композиции.

Вид промежуточной аттестации: по желанию слушатель готовит реферат.

«Цветоведение, колористика»

Механизм цветовосприятия, физика цвета. Цветовое конструирование. Психологическое действие цветов спектра; символическое значение цвета. Цветовые типы. Колористическая диагностика по природным показателям. Корреляция индивидуальной цветовой палитры. Цвет – как маркетинговый инструмент: рекламная и полиграфическая продукция; корпоративная символика.

Виды занятий по теме: лекции, семинары, мастер-класс, тренинг, лабораторные работы, самостоятельная работа.

Лабораторная работа «Работа с красками – создание цвета», лабораторная работа «Колористическая диагностика», лабораторная работа «Корреляция индивидуальной цветовой палитры». Работа в Имидж лаборатории с моделями – определение Цветотипа клиента.

Компетенции:

- Различать символичный язык цвета;
- проводить снятие цветовых показателей с помощью инструментов имиджмейкера;
- составлять индивидуальную цветовую палитру для клиента

Вид промежуточной аттестации: по желанию слушатель готовит курсовую работу, зачет.

«История моды»

Мода 20-х – 30-х годов. Габриэль Шанель - Полный разворот моды и стиля женского костюмного ансамбля. Мода конца 20-х и начала 40-х годов - простота и незатейливость.

Новая эра в Мода конца 40-х и начала 50-х годов. Кристиан Диор Стиль New Look.

Возвращение женственности. Стилистические решения разных домов Моды.

Классический женский силуэт. Туфли на высоких шпильках. Мода конца 50-х начала 60-х - социально-культурная революция. Становление новой молодежной культуры.

Новое явление – молодежная мода (“Бэби бумерс”). Мода конца 60-х – начала 70-х годов. Движение хиппи. Философия свободы выбора. Новые стили и краски.

Использование секонд-хэнда, предметов ручной работы, мотивов, цветов и форм

Индии, Непала, Центральной Америки и Марокко. Диффузный стиль и стиль унисекс.

Популяризация джинсов. Эпоха 70-х - образы “итальянской красоты”. Стиль Диско.

80-е года. Современная мода конца 20 – начало 21 века.

Иконы стиля XX века. Рассмотрение наиболее популярных икон стиля XX века.

Лабораторная работа «Разработка образа на модели по заданию преподавателя»

Виды занятий по теме: лекции, семинары, лабораторная работа, самостоятельная работа.

Компетенции:

- Знания Истории возникновения основных стилевых направлений. Историю Домов Моды, Икон Стиля;
- навыки определения эпохи возникновения стилевого направления по основным характеристикам костюма;
- навыки создания образов на основании икон стиля 20 века;
- умение адаптировать исторические образы под реалии современной жизни;
- умеет заимствовать характерные и узнаваемые черты образов икон стиля XX века при построении имиджа клиента;
- использует элементы стиля для создания образов для художественных, исторических фотосессии и различных мероприятий.

Вид промежуточной аттестации: не предусмотрено

«Стилистика мужского гардероба»

Особенности стилистики мужского гардероба. Основы классификации мужских стилей одежды. Характеристика стилей мужской одежды. Цвет и форма как основа эмоционального содержания стиля. Способы стилевых сочетаний. Гармоничные сочетания стилей: кич и антимода. Коэффициент консервативности стилей мужской одежды. Диаграмма занятости. Особенности эмоционального восприятия мужского образа. Алгоритм построения мужского гардероба в зависимости от возраста, социального статуса, типа фигуры коэффициента консервативности, с учетом цветового манипулирования. Грамотная расстановка аксессуарной группы в гардеробе клиента под определенные костюмные ансамбли.

Виды занятий по теме: лекции, семинары, мастер-класс, лабораторные работы, выездные занятия, самостоятельная работа.

Лабораторная работа «Стилевые сочетания в мужском костюме», лабораторная работа «Определения степени консервативности по заданию», лабораторная работа «Базовый гардероб по профессиями, по заданию» лабораторная работа « Диаграмма занятости по заданию». Выездные занятия: Магазин «Бутик.ru - подбор ситуативного гардероба; магазин PAL ZILERI - подбор базового гардероба;

Компетенции:

- Навыки формирования базового и ситуативного гардероба клиента – на основе диаграммы занятости, индивидуальных особенностей клиента, степени консервативности, используя сочетания наиболее предпочтительных стилей одежды.
- Навыки подбора аксессуарной группы

Вид промежуточной аттестации: по желанию слушатель готовит реферат, курсовую работу, зачет.

«Стилистика женского гардероба»

Особенности стилистики женского гардероба. Основы классификации женских стилей одежды. Характеристика стилей женской одежды. Цвет и форма как основа эмоционального содержания стиля. Способы стиливых сочетаний. Гармоничные сочетания стилей: кич и антимода. Базовый гардероб. Создание капсул. Формирование полного гардероба клиента на основе сочетания наиболее предпочтительных стилей одежды. Выбор стиля одежды в зависимости от диаграммы занятости клиента, возраста, параметров фигуры и цветотипа. Особенности эмоционального восприятия женского образа.

Виды занятий по теме: лекции, семинары, мастер-класс, лабораторные работы, выездные занятия, самостоятельная работа.

Лабораторная работа «Стилевые сочетания вженском костюме», лабораторная работа, лабораторная работа «Базовый гардероб по профессиями, по заданию» лабораторная работа «Диаграмма занятости по заданию», лабораторная работа «Стили по заданию, одеваем манекены». Выездные занятия: Магазин «Бутик.ru» - подбор ситуативного, базового гардероба, аксессуарной группы (4 выезда с преподавателем);

Компетенции:

- Навыки формирования базового и ситуативного гардероба клиента – на основе диаграммы занятости, индивидуальных особенностей клиента, степени консервативности, используя сочетания наиболее предпочтительных стилей одежды;
- Навыки подбора аксессуарной группы

Вид промежуточной аттестации: по желанию слушатель готовит реферат, курсовую работу, зачет.

«Индустрия моды»

Мода как социальная норма. Психология моды. Мода- как индустрия. Рынок моды. Сегменты индустрии моды. Классификация модного продукта. Философии брендов, Креативные и коммерческие особенности компаний. Трендсеттеры как влияние модной индустрии, их распространение и влияние на современный модный рынок, характерные черты. Факторы, влияющие на модный выбор. Влияние модных тенденций на формирование стиля клиента. Способы восприятия и использования модных объектов. Лабораторная работа «Анализ коллекций», выездное занятие в торговый центр «Метрополис» или «Мега Химки».

Виды занятий по теме: лекции, семинары, лабораторные работы, выездные занятия, самостоятельная работа.

Компетенции:

- Знание структуры фэшн индустрии и основных сегментов рынка;
- знания схемы развития модного продукта в определенный период;
- знания рынка брендов;
- знания стилистических особенностей разных брендов;
- навыки классификации брендов по ценовой политике;
- навыки анализа сезонных тенденций, выявление ключевых трендов;
- навыки проведения анализа магазинов для шопинг сопровождения;

Вид промежуточной аттестации: не предусмотрено.

«Основы профессионального мастерства»

Изучение причин, влияющих на выбор стиля человека. Образ жизни, врожденные качества, приобретенный опыт, профессиональная сфера, вкусовые и цветовые предпочтения. Эмоциональное и психологическое состояние личности, типы психологических установок, отражение внутренних качеств персоны во внешнем виде. Коррекция эмоционального состояния личности при помощи гармонизации индивидуального стиля. Проведение анкетирования клиента. Снятие текущего зеркального и желаемого показателей имиджа. Сбор и анализ информации о клиенте. Планирование оптимальной структуры взаимодействия. Презентация визуальной концепции клиенту. Проведение ознакомительной встречи и первой консультации.

Виды занятий по теме: лекции, семинары, мастер-класс, лабораторные работы, самостоятельная работа, работа с реальными людьми – практикум.

Лабораторная работа «Анкетирование и обработка данных о клиенте», Тренинг «Первая консультация». Практикум – Выбираем клиента из круга знакомых, проводим анализ, считываем показатели, создаем концепцию и презентуем группе.

Компетенции:

- Владеть навыками сбора и анализа информации о клиенте;
- владеть навыками проведения анкетирования и обработки данных;
- владеть навыками проведения встреч с клиентом;
- владеть навыками самопрезентации;
- владеть навыками разработки визуальной концепции под реального клиента;
- владеть навыками презентации концепции создания и корректировки имиджа клиенту.

Вид промежуточной аттестации: по желанию слушатель готовит реферат.

«Шопинг сопровождение»

Формула гардероба. Построение рационального гардероба; система «капсул». Шопинг – сопровождение. Календарь покупок. Обзор основных брендов мужской и женской одежды. Шопинг маршруты по Москве и Европе. On-line магазины.

Виды занятий по теме: лекции, семинары, мастер-класс, лабораторные работы, выездные занятия, самостоятельная работа.

Практические занятия в Имидж-лаборатории по построению капсул. Лабораторная работа «Разбор гардероба», выездное занятие в «Мега Химки», выездное занятие в «Афимол». Лабораторная работа «Составление шопинг маршрута, по поставленной задаче с учетом бюджета»

Компетенции:

- Умение разрабатывать формулу гардероба под образ жизни клиента с учетом обозначенного бюджета;
- умение разбирать гардероб по системе: базовый гардероб, модный гардероб, сезонный гардероб, ситуативный гардероб;
- составление ситуативных капсул: профессиональная, досуг, вечерняя;
- формирование шоп-листа и шоп-маршрута, в зависимости от выбранного сезона, бюджета, города.

Вид промежуточной аттестации: по желанию слушатель готовит курсовой проект.

«Аксессуары» – как один из ведущих компонентов создания имиджа.

Аксессуары – основные принципы комбинирования и комплектования. Изучение основных видов аксессуаров. Использование аксессуаров при построении костюмного ансамбля согласно законам композиции. Рассмотрение стилей в аксессуарах. Соединение различных по стилю аксессуаров для создания оригинального образа. Соединение теории о цветотипах, стилистики, способах коррекции визуальных особенностей фигуры и лица персоны при выборе аксессуарной группы. Гармоничное включение модных образов в гардероб персоны.

Работа в имидж-лаборатории с аксессуарной группой, разбор, анализ, создание образов по техническому заданию преподавателя. Выезды в магазины обуви, аксессуаров.

Виды занятий по теме: лекции, семинары, мастер-класс, лабораторные работы, выездные занятия, самостоятельная работа.

Компетенции:

- Знать все виды аксессуаров;
- классифицировать аксессуары по стилям;
- комплектовать и комбинировать аксессуары с костюмными ансамблями.

Вид промежуточной аттестации: по желанию слушатель готовит курсовую работу.

«Основы визажа»

Искусство макияжа. Профессиональная трансформация внешности, создание гармонического сочетания макияжа, прически и всего облика человека. Типы лица.

Коррекционные техники. Техники make-up . Дневной, вечерний и ситуативный макияж. Возрастной макияж.

Виды занятий по теме: лекции, семинары, мастер-класс, лабораторные работы, самостоятельная работа.

Лабораторные работы – «Отработка техник макияжа», лабораторная работа «Идеальный тон», лабораторная работа «Коррекционные техники», работа с моделями.

Компетенции:

- Владеть навыками базовых техник make-up;
- самостоятельно делать дневной, вечерний и возрастной макияж;
- владеть навыками определения типа лица и его коррекции с помощью макияжа;
- владеть навыками проведения мастер-класса для клиента по использованию основных техник макияжа.

Вид промежуточной аттестации: по желанию слушатель готовит реферат.

«Основы материаловедения»

Классификация текстильных материалов, их свойства. Современные ткани. Лучшие производители и признанные бренды. Обзор основных материалов: шерсть, шелк, лен и хлопок. Искусственные ткани. История современного производства. Составы тканей, натуральные и смесовые ткани. Применение. Кружева и вышивки. Общие мировые процессы продажи ткани. Усложнение технологий производства, экотекстиль. Шерсть. Как правильно выбрать ткань. Составы современной шерсти. История современного производства. Сложившееся мировое разделение труда. Лучшие производители и признанные бренды. Что говорят нам обозначения Super и микроны. Шелк. Виды шелкового ткачества. Нанесение рисунка на шелк традиционный и компьютерный способы. Монохромные шелка. Лучшие производители. Другие ткани. Лен и хлопок. Искусственные ткани. Из природных веществ, из синтетических полимеров. Смешанные ткани. Производство. Применение. Уход за тканями.

Виды занятий по теме: лекции, семинары, мастер-класс, лабораторные работы, самостоятельная работа, выездные занятия

Выездные занятия: в магазин тканей; в ателье мужского костюма

Лабораторная работа – «Подбор тканей из каталога для пошива по заданию преподавателя»

Компетенции:

- Владеть знаниями в материаловедении;
- различать ткани по визуальному восприятию;
- владеть навыками подбора ткани для пошива одежды под запрос клиента.

Вид промежуточной аттестации: не предусмотрено

«Конфликтология»

Закономерности зарождения, возникновения, развития, разрешения и завершения конфликтов. Решение определённого круга проблем, вызвавших зарождения конфликта при работе с клиентом и создании нового имиджа клиента.

Виды занятий по теме: лекции, семинары, тренинги, самостоятельная работа.

Тренинг «Правильное поведение при разрешении конфликта с клиентом», деловая игра «Производственный конфликт»

Компетенции:

- способность определять объективные и субъективные причины, вызывающие конфликт, общие и специфические механизмы возникновения и развития конфликтов, их динамики, выделять рациональное и нерациональное в конфликте;
- способность распознавать противоречия и знать об их влиянии на развитие личности, индивида и человека как субъекта общества.

Вид промежуточной аттестации: по желанию слушатель готовит реферат.

«Корпоративный имидж»

Корпоративный имидж: основные понятия, сущность. Корпоративный имидж в контексте социальных, политических и бизнес-коммуникаций. Имидж как нематериальный актив организации. Структура корпоративного имиджа. Общественное мнение. Роль средств массовой информации и лидеров мнения в формировании имиджа организации. Корпоративная культура как фактор эффективного управления имиджем компании. Создание корпоративного имиджа организации в целом, через совокупность чувств и оценок целевых, контактных аудиторий, общественности, с учетом особенности компании. Оценка эффективности и управление корпоративным имиджем.

Виды занятий по теме: Лабораторная работа «Анализ имиджа компании по открытым источникам», деловая игра «Разбор кейса компании Аэрофлот», Лабораторная работа «Разработка корпоративного Дресс-кода для сотрудников банка Уралсиб»»

Компетенции:

- владеть - способами анализа и оценки персонального и корпоративного имиджа;
- владеть организационными и психологическими технологиями формирования и совершенствования имиджа;
- анализировать и оценивать степень эффективности персонального и корпоративного имиджа;
- выявлять и формулировать алгоритмы создания персонального и корпоративного имиджа (в том числе имиджа политика, имиджа политической партии);
- использовать технологии формирования и корректировки персонального и корпоративного имиджа;

Вид промежуточной аттестации: по желанию слушатель готовит реферат.

«Практикум»

Основные потребители услуг имиджмейкера: возраст, статус, запрос. Демонстрация первой встречи с клиентами, снятие запроса, искусство интервьюера. Основные тренды, стрит-стайл, индивидуальный почерк ношения одежды. Коррекционные техники с помощью прически, в зависимости от типа лица. Пре-шопинг, создание шоплиста, шоп-маршрута. Практическая работа с клиентами в Торговом центре. Подбор ситуативных капсул. Профессиональная съемка клиентов. Презентация работы. Анализ и обсуждение результатов. Получение обратной связи от клиентов.

Виды занятий по теме: лекции, семинары, тренинги, самостоятельная работа.

Компетенции:

- Владеть навыками выстраивания отношений с клиентами;
- Владеть правилами создания рационального гардероба

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-технические условия реализации программы

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
Аудитория №1	Лекции, семинары, мастер-классы, лабораторные занятия	Компьютер, ЖК телевизор, доска, шкафы библиотечные 5 штук, стол преподавателя, учебные столы 6 штук, приставные столики 6 штук, стулья 24 штуки, зеркала 2 штуки Оборудование для видеосъемки: камера, микрофон, штатив. 23 посадочных места, столы, стулья
Аудитория № 4	Лекции, семинары, мастер-классы, лабораторные занятия	Компьютер, ЖК телевизор, доска, стол преподавателя, учебные столы 5 штук, приставные столики 4 штук, стулья 14 штуки, тумба 1 штука 14 посадочных места, столы, стулья
Аудитория № 6	Практические и лабораторные занятия, мастер-классы, лекции, семинары	Компьютер, мультимедийный проектор, доска, стол преподавателя, учебные столы на 3 посадочных места 6 штук, стулья 18 штуки 18 посадочных места, столы, стулья
Имидж – Лаборатория ШОУ-РУМ	Лабораторные работы, практические занятия, лекции, мастер-классы	Гардероб – 2 шт. с полным ассортиментом одежды, обуви, аксессуаров, 2 вешала, стол большой овальный 1 штука, 10 стульев, 5 рабочих мест с зеркалами и профессиональным светом. Компьютер, мультимедийный проектор, экран, флипчарт 15 посадочных мест, столы, стулья.
Актовый зал № ЗАЛ	Лекции, семинары, мастер-классы, тренинги, практические занятия, конференции, вебинары	Компьютер, ЖК телевизор, доска, стол преподавателя, учебные столы 8 штук, стулья 51 штука, флипчарт, тумба 1 штука. Оборудование для видеосъемки: камера, микрофон, штатив, микшерный пульт. 30 посадочных места, столы, стулья Возможность увеличить кол-во посадочных мест до 60 (стулья).

--	--	--

4. Оценка качества подготовки

4.1. Текущий контроль и промежуточный контроль - это непрерывно осуществляемый мониторинг усвоения уровня знаний, формирования умений и навыков их применения, развития личностных качеств слушателя за фиксируемый период времени. Без требований к выполнению заданий по текущему и промежуточному контролю.

Формами текущего контроля могут быть:

- устный опрос;
- письменный опрос;
- тестирование;
- контрольные работы;
- проверка выполнения индивидуальных домашних заданий, рефератов, докладов, эссе, презентаций;
- проверка выполнения заданий по практике;
- дискуссии, тренинги, круглые столы, творческие проекты: конкурсы, собеседование;
- защиты контрольных работ и рефератов, защиты тем самостоятельной работы;
- контроль выполнения и проверка отчетности по практическим и лабораторным работам;
- зачет по основным предметам, согласно учебного плана

4.2. Итоговая аттестация выпускников

Итоговая аттестация выпускника учебного заведения по дополнительной общеобразовательной (общеразвивающей) программе не предусмотрена.

5. Список рекомендуемой литературы:

1. Дейк Ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. Москва 1989
2. Добробабенко Н.С. «Фирменный стиль: принципы разработки, использования, оценки». Москва, Внешторгреклама, 1986.
3. Kalayiashia Hidziiva. Color image scale.
4. Кохтев Н.Н. стилистика рекламы. Москва, 1991
5. Крылов А.Н. Корпоративная идентичность. Для менеджеров и маркетологов. Москва, 2004
6. Кунде Йеспер. Корпоративная религия. Создание сильной компании с яркой индивидуальностью и корпоративной душой. Стокгольмская Школа Экономики и С-Пб., 2004
7. Лебон Г. Психология народов и масс. С-Пб., 1995
8. Михалкович В.И. Изобразительный язык средств массовой коммуникации. Москва, 1986
9. Митчелл Дж. Путь к сердцу клиента. Питер.2006
10. Мельников А. Особенности национального шоппинга. Феномены поведения покупателей. Москва. Вершина, 2006

11. Мещанинов А.А. Образ компании. Москва, 2001
12. Моль Абрам. Социодинамика культуры. 1985
13. Наймушин А.Д., Добробабенко Н.С. Рекомендации по разработке и внедрению фирменного стиля в рекламе. Москва, Союзторгреклама, 1987
14. Орбэн Кристин. Шмотки. Роман из мира моды. С-Пб., 2005
15. Мухина Э. Идеальный гардероб: искусство быть стильным. Москва, Астрель, 2007
16. Т. Вудолл, С. Константайн. Одевайтесь правильно, Москва, Фантом пресс, 2006
17. В. Хендерсон, П. Хеншоу. Цвет и стиль. Москва, Кладезь-Букс, 2006
18. Сюзи Гершман. Путеводитель по магазинам Италии. Москва, АСТ-Атрель, 2007
19. Гид Cosmopolitan shopping. Шопинг в большом городе – Fashion books
20. Нерсесов Я.Н. Они определяли моду. Москва, АСТ-Атрель, 2005
21. Гийон Эрнер. Жертвы моды? – С-Пб, из-во Ивана Лимбаха, 2008
22. InStyle Books: Melcher Media. Instyle Style, 2006
23. Панасюк А.Ю. Вам нужен имиджмейкер? Или о том как создавать свой имидж. М, 2000
24. Петренко .Ф. Психосемантика сознания. М, 1988
25. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. Рефл-бук, Ваклер, 2000
26. Психология цвета. Рефл-бук, Ваклер, 1996
27. Робертс Кевин. Бренды будущего lovemarks. М., 2005
28. Рубер Г. О визуальном восприятии некоторых форм. М., 1972
29. Сироткина И. В. Работаем ярко. Цветные покупатели и продавцы. М., Альфа-пресс, 2005
30. Стармер Анна. Цвет. Энциклопедия. Арт-Родник, 2005
31. Тангейт Марк. Построение бренда в сфере моды: от Armani до Zara. М., 2006
32. Ульяновский А. Мифодизайн рекламы. С-Пб, 1995
33. Фоли Джон. Энциклопедия знаков и символов, М., 1997

6. Составители программы

Чигиринских Анна Викторовна - ведущий преподаватель Института, куратор и автор программ, имиджмейкер с более, чем 15 летним опытом работы.

Земцова Елена Владимировна – кандидат педагогических наук, психолог, психотерапевт, ведущий преподаватель Института