

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВЫСШАЯ ШКОЛА СТИЛИСТИКИ, ДИЗАЙНА И ТЕХНОЛОГИЙ»**

Генеральный директор

\_\_\_\_\_ И.А. Гулиенко

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2018 г.

**Дополнительная профессиональная программа  
- программа профессиональной переподготовки  
«Имидж-консалтинг и fashion-styling»**

Москва, 2018 г.

**1. Цель реализации программы** – получение слушателями компетенции, необходимой для выполнения нового вида профессиональной деятельности в области имиджологии по профессии имиджмейкер-стилист.

## **2. Характеристика нового вида профессиональной деятельности**

*Цель вида профессиональной деятельности:* создание нового современного имиджа клиента в соответствии с новейшими модными трендами и индивидуальными особенностями внешности и личности клиента, а также формирование имиджа и репутации персон, в том числе для руководителей и персонала организаций.

*Основными трудовыми функциями* специалиста в области имиджологии являются:

- разработка вариативных подходов и решений для создания стильного образа клиента на практике;
- применение идей современного модного образа применительно к раскрытию индивидуальности человека с учетом взаимосвязи стиля поведения, речи и одежды;
- создание осознанного социального образа клиента для достижения им профессиональных целей и эффективной коммуникации с учетом его индивидуальности;
- продвижение услуг по созданию имиджа, а также коммерческих предложений на рынке с применением интернет - технологий (сайты, блоги, сети);
- разработка имидж-решений по созданию репутации клиента.

*Объекты профессиональной деятельности:*

- потребности и запросы клиента;
- имиджевое решение, учитывающее индивидуальности клиента;
- форма и цвет, реализуемые в имиджевом решении;
- социальные коммуникации, реализуемые через стиль и имидж;
- современная фешн - индустрия;
- психологические аспекты восприятия стиля и имиджа в процессе социальной коммуникации;
- имидж и репутация как взаимозависимые понятия.

### 3. Планируемые результаты освоения программы

№ п/п	Наименование компетенции	Результаты освоения программы		
		знать	уметь	владеть
1.	Создавать стильный имидж с учетом индивидуальности клиента	специфику и виды профессионального стиля; технологии подбора одежды, аксессуаров, прически и макияжа в соответствии с тем или иным стилевым образом; методики разработки индивидуального стиля, исходя из основных современных тенденций в моде и с учетом исторических стилей в искусстве;	создавать костюмные решения; с создавать стильные образы на основе психологических и социальных характеристик клиента; формировать базовый гардероб и составлять стилистические капсулы своему клиенту; адаптировать индивидуальный стиль человека к его социальному образу и профессиональному стилю	навыками подбора одежды, аксессуаров, прически и макияжа в соответствии со стилевым образом; основными технологиями и инструментами, используемых в практике создания корпоративного стиля и имиджа, цели и техники создания социального образа
2.	Выявлять специфику модного рынка, сегменты fashion-индустрии и особенности продвижения модного продукта	Основные черты развития современной моды, роли участников создания и продвижения модного продукта, классификации брендов и целевой аудитории, правила и приемы визуального мерчендайзинга модных магазинов	Профессиональную терминологию, определять сегмент для бренда и давать характеристику товара с учетом особенностей целевой аудитории, разрабатывать концепцию (идея и этапы) реализации стильной фотосессии	Навыками работы с магазинами разных ценовых и ценностных сегментов, технологиями создания текста о моде и модном продукте, правилами ведения блога с использованием качественного визуального ряда
3.	Продвигать услуги по созданию имиджа	ценовые сегменты и товарный ассортимент магазинов; технику шопинг – сопровождения; принципы продвижения и рекламы услуг по созданию имиджа	создавать собственный бренд; продвигать себя как имиджмейкера-стилиста;	технологиями и ресурсами информационно-коммуникационной сети Интернет для продвижения услуг по имиджологии; способами создания собственного бренда с использованием социальных сетей,

				персонального сайта, блога;
4.	Учитывать психологические и иные особенности клиента, корректно организовывать коммуникацию с клиентом	психологию общения с клиентами; алгоритм проведения имидж-консультаций	организовывать коммуникацию с клиентом; убеждать и правильно аргументировать свою концепцию с учетом принципов современного профессионального общения и психологических особенностей личности	принципами и правилами этикета; принципами эффективного общения с клиентами; навыками профессионального консультирования и эффективного общения; алгоритмом работы с частным клиентом и компанией соответственно поставленной задачи
5.	Разрабатывать имидж-стратегию для создания требуемой клиентом репутации	основные процессы успешного управления визуальным впечатлением и психологические особенности межличностного взаимодействия; характерные доминанты и элементы формообразования художественного образа и способы их трансформации в современной моде и в общественном сознании;	использовать средства PR-технологий для продвижения отдельного человека или компании на рынке и для создания необходимой репутации	основными технологиями и инструментами, используемых в практике создания корпоративного стиля и имиджа, цели и техники создания социального образа

**4. Требования к уровню подготовки поступающего на обучение:** лица, имеющие и (или) одновременно получающие высшее образование.

**5. Трудоемкость обучения:** 620 академических часов, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы слушателя. Форма обучения - очная, заочная, очно-заочная.

## 6. Учебный план

### Учебный план

№ п/п	Наименование дисциплин	Трудоемкость, час	Всего ауд. час.	Аудиторные занятия, час.		СРС, час	Промежуточная аттестация
				Лекции	Прак. занятия		
1.	Искусство и креативность. История стилей в искусстве	42	32	28	4	10	зачет
2.	Искусство и креативность. История моды XX века.	24	18	14	4	6	зачет
3.	Современная модная индустрия: структура и тенденции развития.	32	24	20	4	8	зачет
4.	Fashion-ритейл. Бренды и сегментация fashion-рынка	42	32	20	12	10	зачет
5.	Fashion-styling. Стильная фотосессия: искусство и реклама.	48	36	24	12	12	зачет
6.	Fashion-пресса: история и современная роль	36	28	12	16	8	зачет
7.	Основные методики в стилистике и имидж-консультировании.	76	58	40	18	18	зачет
8.	Профессиональная терминология и материаловедение	36	28	16	12	8	зачет
9.	Стилистика. Создание индивидуального стиля.	106	86	52	34	20	зачет
10.	Основы создания личного бренда	42	32	20	12	10	зачет
11.	Управление деловой репутацией: речь и коммуникации в социуме	48	36	24	12	12	зачет
12.	Профессиональное продвижение: практика работы с клиентами	56	44	20	24	12	зачет
13.	Интернет-продвижение.	32	24	12	12	8	
	<b>Итого:</b>	<b>620</b>	<b>478</b>	<b>302</b>	<b>176</b>	<b>142</b>	
	<b>Итоговая аттестация</b>			<b>экзамен</b>			

### 6.1. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование дисциплин	Трудоемкость час	Всего ауд. час.	Ауде занятия, час.		СРС, час	Промежуточная аттестация
				Лекции	Прак. занятия		
1	Искусство и креативность. История стилей в искусстве	42	32	28	4	10	зачет

1.1	Древнегреческий и древнеримский стиль	4	2	2		2	
1.2	Византийский и египетский стиль	4	2	2		2	
1.3	Китайский и японский стиль	3	2	2		1	
1.4	Романский и готический стиль	5	4	4		1	
1.5	Ренессанс как стиль искусства	4	4	4			
1.6.	Стиль барокко в искусстве	4	4	2	2		
1.7.	Стиль рококо в искусстве	2	2	2			
1.8.	Классицизм как стиль искусства	4	2	2		2	
1.9	Романтизм как стиль искусства	4	2	2		2	
1.10	Модерн как стиль искусства	4	4	2	2		
1.11.	Стилевые направления (ампир, ар-деко)	4	4	4			
<b>2.</b>	<b>Искусство и креативность. История моды XX века.</b>	<b>24</b>	<b>18</b>	<b>14</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>зачет</b>
2.1.	Модерн и модный облик начала XX века	4	3	3		1	
2.2.	Мода 20-х годов	2	2	2			
2.3	Мода от 30-х до 50-х	4	3	3		1	
2.4	Мода от 60-х до 80-х	8	6	4	2	2	
2.5	Мода 90-х	6	4	2	2	2	
<b>3.</b>	<b>Современная модная индустрия: структура и тенденции развития.</b>	<b>32</b>	<b>24</b>	<b>20</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>зачет</b>
3.1.	Мода как система	2	2	2			
3.2.	Мода как коммуникация. Модный образ	3	2	2		1	
3.3	Мода как коммуникация. Модные показы	5	4	4		1	
3.4	Продвижение модного продукта. Лица и роли.	5	4	4		1	
3.5	Мода как бизнес. Дизайнеры и бренды.	5	4	4		1	
3.6	Мода как искусство. История и современность.	12	8	4	4	4	
<b>4.</b>	<b>Fashion-ритейл. Бренды и сегментация fashion-рынка</b>	<b>42</b>	<b>32</b>	<b>20</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>зачет</b>

4.1.	Закупки, ценообразование и цикл жизни модных товаров.	8	6	4	2	2	
4.2.	Визуальный мерчендайзинг как инструмент продаж.	8	6	4	2	2	
4.3	Классификация брендов на основе разных признаков	8	6	4	2	2	
4.4	Специфика разных сегментов модных товаров.	7	6	4	2	1	
4.5	Продвижение и продажи в разных ценовых сегментах	5	4	2	2	1	
4.6	Портрет покупателя и «ореол» бренда. Изменение в структуре потребления	6	4	2	2	2	
<b>5.</b>	<b>Fashion-styling. Стильная фотосессия: искусство и реклама.</b>	<b>48</b>	<b>36</b>	<b>24</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>зачет</b>
5.1	История модных журналов. Знаменитые фотографы, модели и стилисты.	8	6	4	2	2	
5.2	Виды fashion-фотографии. Анализ целевой аудитории	8	6	4	2	2	
5.3	Портфолио как инструмент продвижения услуг	8	6	4	2	2	
5.4	План подготовки фотопроекта. Подбор команды и модели.	8	6	4	2	2	
5.5	Задачи и этапы составления MoodBoard и StoryBoard	8	6	4	2	2	
5.6.	Основные законы освещения и тонкости при работе со светом.	6	4	2	2	2	
5.7.	Особенности командной работы стилиста, визажиста и фотографа	2	2	2			
<b>6.</b>	<b>Fashion-пресса: история и современная роль</b>	<b>36</b>	<b>28</b>	<b>12</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>зачет</b>
6.1	Модные журналы: роль и функции в структуре современной моды	6	4	2	2	2	
6.2.	Цель, направленность и темы модных журналов	6	4	2	2	2	
6.3.	Выбор языковых средств для создания текста. Соответствие ожиданиям.	7	6	2	4	1	
6.4.	Визуальное оформление: цвет, композиция, фотографии	7	6	2	4	1	
6.5.	Лица и способы продвижения модного образа.	5	4	2	2	1	

6.6.	Интернет и влияние технологий на текст и формат.	5	4	2	2	1	
<b>7.</b>	<b>Основные методики в стилистике и имидж-консультировании.</b>	<b>76</b>	<b>58</b>	<b>40</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>зачет</b>
7.1.	Основы колористики	4	4	4			
7.2.	Методики определения индивидуальной цветовой палитры	8	6	4	2	2	
7.3	Типы мужских и женских фигур.	8	6	4	2	2	
7.4	Принципы визуальной коррекции	8	6	4	2	2	
7.5	Зрительное восприятие костюма	8	6	4	2	2	
7.6	Основные стили в одежде	8	6	4	2	2	
7.7	Рациональный гардероб. Сезонные капсулы	8	6	4	2	2	
7.8	Теория и практика шопинга	8	6	4	2	2	
7.9	Подбор прически и макияжа	12	8	4	4	4	
7.10	Подбор украшений	4	4	4			
<b>8.</b>	<b>Профессиональная терминология и материаловедение</b>	<b>36</b>	<b>28</b>	<b>16</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>зачет</b>
8.1	Виды кроя, силуэта.	5	4	2	2	1	
8.2	Виды верхней одежды	5	4	2	2	1	
8.3	Виды платьев, брюк, юбок, жакетов, топов.	5	4	2	2	1	
8.4	Виды обуви и головных уборов	5	4	2	2	1	
8.5	Виды тканей: традиционные и инновационные.	8	6	4	2	2	
8.6	Название рисунков и орнаментов	8	6	4	2	2	
<b>9.</b>	<b>Стилистика. Создание индивидуального стиля.</b>	<b>106</b>	<b>86</b>	<b>52</b>	<b>34</b>	<b>20</b>	<b>зачет</b>
9.1.	Теория цветовой гармонии	4	4	4			
9.2.	Композиция костюма.	4	4	4			
9.3	Элемент композиции - цвет	4	4	4			
9.4	Элемент композиции – форма и фактура	4	4	4			
9.5	Элемент композиции - линия	4	4	4			



9.6	Элемент композиции – рисунок, орнамент	12	8	4	4	4	
9.7.	Элемент композиции - украшения	12	8	4	4	4	
9.8.	Классификация стилевых направлений	12	8	4	4	4	
9.9.	Смещение стилей	10	8	4	4	2	
9.10	Практика создания женского стильного образа	12	10	4	6	2	
9.11	Практика создания мужского стильного образа	14	12	6	6	2	
9.12	Ассоциативные образы. Работа с ассоциациями.	14	12	6	6	2	
<b>10.</b>	<b>Основы создания личного бренда</b>	<b>42</b>	<b>32</b>	<b>20</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>зачет</b>
10.1.	Личностный бренд: цели, задачи, идеи.	8	6	4	2	2	
10.2.	Бренд как соединение имиджа и репутации	8	6	4	2	2	
10.3	Бренд как целенаправленная информация для социума	8	6	4	2	2	
10.4	Основные техники для создания платформы бренда	8	6	4	2	2	
10.5	Профессиональный стиль в одежде.	10	8	4	4	2	
<b>11.</b>	<b>Управление деловой репутацией: речь и коммуникации в социуме</b>	<b>48</b>	<b>36</b>	<b>24</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>зачет</b>
11.1	Социальный образ: стереотипы и индивидуальность	8	6	4	2	2	
11.2	Коммуникативные технологии в создании личного бренда	8	6	4	2	2	
11.3	Коммуникативная компетентность в социуме	8	6	4	2	2	
11.4	Управление впечатлением: социальные сети и рекламный образ	8	6	4	2	2	
11.5	Выбор речевой «маски» и создание текстов	8	6	4	2	2	
11.6	PR-технологии в управлении и продвижении	8	6	4	2	2	
<b>12.</b>	<b>Профессиональное продвижение: практика работы с клиентами</b>	<b>56</b>	<b>44</b>	<b>20</b>	<b>24</b>	<b>12</b>	<b>зачет</b>
12.1	Психология одежды и психотипы	10	8	4	4	2	
12.2	Проблемы межличностного взаимодействия	10	8	4	4	2	
12.3	Особенности психологии работы с клиентом	10	8	4	4	2	

12.4	Этапы и методы имидж-консультирования	10	8	4	4	2		
12.5	Выявление целей и потребностей клиента	10	8	4	4	2		
12.6	Маркетинг услуг профессионального стилиста	6	4		4	2		
<b>13.</b>	<b>Интернет-продвижение.</b>	<b>32</b>	<b>24</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>зачет</b>	
13.1	Основные формы и специфика интернет-коммуникаций	6	4	2	2	2		
13.2	Определение целевой аудитории и индивидуальных задач продвижения	6	4	2	2	2		
13.3	Специфика работы с персональным сайтом и блогом	6	4	2	2	2		
13.4	Инстаграм как универсальное средство продвижения	5	4	2	2	1		
13.5	Выбор композиционных, языковых и визуальных средств	9	8	4	4	1		
	<b>Итого:</b>	<b>620</b>	<b>478</b>	<b>302</b>	<b>176</b>	<b>142</b>		
	<b>Итоговая аттестация</b>	<b>экзамен</b>						

## 7. Рабочие программы дисциплин, включая организационно-педагогические условия

### 7.1. Дисциплина «Искусство и креативность. История стилей в искусстве» (42 ч.)

#### 7.1.1. Содержание дисциплины «Искусство и креативность. История стилей в искусстве»

№ п/п	Наименование тем, трудоемкость, ч.	Кол-во часов	Содержание тем по видам аудиторных занятий и самостоятельной работы.
1.1.	Древнегреческий и древнеримский стиль	4	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Основные доминанты стиля. Идеи и способы их образного воплощения. Сознание эпохи и образ человека. Элементы формообразования каждого стиля. Цикл «жизни» стиля, двойственность и концептуальное единство (2ак.часа). <b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.часа).
1.2.	Византийский и египетский стиль	4	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Основные доминанты стиля. Идеи и способы их образного воплощения. Сознание эпохи и образ человека. Элементы формообразования каждого

			стиля. Цикл «жизни» стиля, двойственность и концептуальное единство (2ак.часа). <b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.час).
1.3	Китайский и японский стиль	3	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Основные доминанты стиля. Идеи и способы их образного воплощения. Сознание эпохи и образ человека. Элементы формообразования каждого стиля. Цикл «жизни» стиля, двойственность и концептуальное единство (2ак.часа). <b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (1 ак.час).
1.4	Романский и готический стиль	5	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Форма существования образной идеи. Структура образа: цвет, линия, ритм, композиция. Эмоциональное и рациональное начало в образе. Архетипы в художественном образе (4ак.часа). <b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой ( 1 ак.час).
1.5.	Ренессанс как стиль искусства	4	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Основные доминанты стиля. Идеи и способы их образного воплощения. Сознание эпохи и образ человека. Элементы формообразования каждого стиля. Цикл «жизни» стиля, двойственность и концептуальное единство (4ак.часа).
1.6.	Стиль барокко в искусстве	4	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Основные доминанты стиля. Идеи и способы их образного воплощения. Сознание эпохи и образ человека. Элементы формообразования каждого стиля. Цикл «жизни» стиля, двойственность и концептуальное единство (2ак.часа). <b>Содержание практического занятия:</b> Анализ элементов и единого целого стиля барокко (2ч). Проанализировать основные доминанты стиля барокко, свидетельствующие о единстве формы и содержания. Анализ провести на основе картин Рубенса, Веласкеса, Караваджо, Стена, Хендрика, Вермеера и др. Представить выводы в форме презентации (2ак.часа).
1.7	Стиль рококо в искусстве	2	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Основные доминанты стиля. Идеи и способы их образного воплощения. Сознание эпохи и образ человека. Элементы формообразования каждого стиля. Цикл «жизни» стиля, двойственность и концептуальное единство (2ак.часа).
1.8	Классицизм как стиль искусства	4	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Основные доминанты стиля. Идеи и способы их образного воплощения. Сознание эпохи и образ человека. Элементы формообразования каждого стиля. Цикл «жизни» стиля, двойственность и концептуальное единство (2ак.часа). <b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.часа).
1.9	Романтизм как стиль искусства	4	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Основные доминанты стиля. Идеи и способы их образного воплощения. Сознание эпохи и образ человека. Элементы формообразования каждого стиля. Цикл «жизни» стиля, двойственность и концептуальное

			единство (2ак.часа). <b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.часа).
1.10	Модерн как стиль искусства	4	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Основные доминанты стиля. Идеи и способы их образного воплощения. Сознание эпохи и образ человека. Элементы формообразования каждого стиля. Цикл «жизни» стиля, двойственность и концептуальное единство (2ак.часа). <b>Содержание практического занятия:</b> Анализ элементов и единого целого романтического стиля (2ч). Проанализировать основные доминанты романтического стиля, свидетельствующие о единстве формы и содержания. Анализ провести на основе картин Г.Климта, А.Матисса, А.Модельяни, А.Мухи и др. Представить выводы в форме презентации (2ак.часа).
1.11	Стилевые направления (ампир, ар-деко)	4	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Основные доминанты стиля. Идеи и способы их образного воплощения. Сознание эпохи и образ человека. Элементы формообразования каждого стиля. Цикл «жизни» стиля, двойственность и концептуальное единство (4ак.часа).
	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>зачет</b>	

### 7.1.2. Учебно - методическое и информационное обеспечение дисциплины «Искусство и креативность. История стилей в искусстве».

#### Основная литература:

1. Гомбрих Э. История искусства. М.: АСТ, 1998.
2. Данилова И. Е. Судьба картины в европейской живописи. СПб.: Искусство, 2005.
3. Даниэль С. М. Искусство видеть. Л.: Искусство, 1990. (Или: СПб.: Искусство, 2009).
4. Мутер Р. Мировая живопись. Шедевры. Жанры. Направления. М.: Эксмо, 2010.
5. Эко У. (Ред.) История красоты. М.: Слово / Slovo, 2009.
6. Мукаржовский Я. Исследования по эстетике и теории искусства. М.: Искусство, 1994.
7. Татаркевич А. Искусство: история понятия // Татаркевич А. История шести понятий. М.: Дом интеллектуальной книги, 2003.
8. Лотман Ю. М. Об искусстве. СПб, 1998.
9. Свидерская М. И. Пространственные искусства в западноевропейской художественной культуре XIII-XIX веков. М.: Галарт, 2010.
10. Данилова И. Е. «Исполнилась полнота времен...» Размышления об искусстве. Статьи. Этюды. Заметки. М.: РГГУ, 2004.
11. Швидковский Д. О. От мегалита до мегаполиса. Очерки истории архитектуры и градостроительства. М.: Архитектура-С, 2009.
12. Глэнси Дж. Архитектура. Полная энциклопедия. М.: Астрель, 2008.

13. Гомбрих Э. История искусства. М.: АСТ, 1998.
14. Попова О. С. Очерки истории искусства. М.: Искусство, 1987.
15. Лисовский В. Г. Архитектура эпохи Возрождения. СПб.: Азбука-Классика, 2007.
16. Виппер Б. Р. Введение в историческое изучение искусства. М.: Изобразительное искусство, 1985.
17. Дворжак М. История искусства как история духа. СПб.: Академический проект, 2001.
18. Вельфлин Г. Основные понятия истории искусств. СПб.: Мифрил, 1994.
19. Виппер Б. Р. Введение в историческое изучение искусств. М.: Изобразительное искусство, 1985.
20. Лотман Ю.М. Об искусстве. СПб, 1998.
21. Ротенберг Е.И. Станковая картина итальянского кватроченто. Типологические основы Искусствознание. 1999. № 2.
22. Грашенков В.Н. Типология и периодизация культуры Возрождения. М., 1978.
23. Даниэль С. М. Картина классической эпохи. Л.: Искусство, 1986.
24. Арнхейм Р. Динамика архитектурных форм. – М.: Стройиздат, 1989.
25. Базен Ж. История истории искусства: От Вазари до наших дней. М.: 1994.
26. Винкельман И.И. История искусства древности. Малые сочинения. СПб.: Але-тейя, 2000.
27. Виппер Б.Р. Искусство Древней Греции. М., 1972.
28. Габричевский А.Г. Морфология искусства. – М., 2002.
29. Гаспаров М.Л. Занимательная Греция. М., 2003.
30. Зедльмайер Г. Искусство и истина: Теория и метод истории искусства. – СПб.: Аксиома, 2000.
31. Ильина Т.В. История искусства. Западноевропейское искусство. М., 2002.
32. Искусствознание Запада об искусстве XX века. – М., 1988. История европейского искусствознания: от античности до конца XVIII в. / Отв. ред. Б.Р. Виппер, Т.Н.Ливанова. – М., 1963.
33. История европейского искусствознания: первая половина XIX в. – начало XX в. / Отв.ред. Б.Р.Виппер, Т.Н.Ливанова. Кн. 1,2 – М., 1969.
34. История искусств стран Западной Европы от Возрождения до XX в. Под ред. Е.И. Ротенберга и М.И. Свидерской. М., 1988.
35. Панофский Э. Ренессанс и «ренессансы» в искусстве Запада. – М.: Искусство, 1998. – 362 с.
36. Соколов Г.И. Искусство Древнего Рима. М., 1971.
37. Хрестоматия по мировой художественной культуре. Сост. Зарецкая Д.М., Смирнов В.В. М., 2000.
38. Афанасьев В., Луконин В., Померанцева Н. Искусство Древнего и Ближнего Востока. Малая история искусства. М., 1976.

39. Дмитриева Н.А. Краткая история искусства. Вып. 1. М., 1986; Вып. 2.
40. В.П. Бренды и имиджи. – М.: РИП-Холдинг, 2006.
41. Саме Жани. Высокая мода. – М.: Азбука-классика, 2010
14. Словарь моды Кристиана Диора. – М.: Слово, 2010.
42. Теория моды: Одежда. Тело. Культура. – М.: Новое литературное обозрение, вып. №19, 2011.
43. Шинкарук М. Мода и модельеры. – М.: Мир энциклопедий Аванта+ Астрель, 2011
44. Тони Хайнс, Маргарет Брюс. Маркетинг в индустрии моды. Комплексное исследование для специалистов отрасли. – М., 2009
45. Тангейт Марк. Построение бренда в сфере моды: от Armani до Zara. – М., 2006
46. Хелен Говорек. Закупки в сфере моды. – М., 2009
47. Никола Уайт. Fashion-бизнес. Теория, практика, феномен. – М., 2008
48. Алена Андреева, Людмила Богомолова. Маркетинг роскоши. Современные стратегии. – Спб, 2008.
49. Пименов П.А. Вижу - хочу! Мерчандайзинг в мире моды. – М., 2009.
50. Оконкво У. Брендинг в моде класса Люкс. – М, 2010.
51. Кавамура Ю. Теория и практика создания моды. – М., 2009.
52. Джексон Т., Шоу Д. Индустрия моды. – М., 2011.
53. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М, 2005.
54. Сироткина И.В. Цветные продавцы, цветные покупатели. – М, 2005.
55. Килошенко М.И. Психология моды. – М., 2006.
56. Треверс-Спенсер С., Заман З. Справочник дизайнера по формам и стилям одежды. – М., 2009.
57. Марни Фог. Энциклопедия модных брендов. – М.: Эксмо, 2012.

#### **Дополнительная литература:**

1. Белоусова Татьяна Хороший вкус у вас в кармане. – Спб.: АСТ, Астрель, 2006.
2. Базыма Б. Психология цвета. Теория и практика. – М., 2005.
3. Горчакова В.Г. Имиджелогия: учеб. для гуманит. вузов / В.Г. Горчакова. – М.: Флинта, 2008.
4. Золотая книга этикета. – М.: Вече, 2006.
5. Короткова М.В. Культура повседневности. История костюма. – М.: Владос, 2002.
6. Юнити, 2005.
7. Кузин. Ф. А. Культура делового общения. – М., Ось-89, 2004.
8. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб., 1999
9. Алехина И.В. Имидж и этикет делового человека. – М.: ЭНН, 1996.
10. Булыгина А.А. Этика делового общения. Курс лекций. – Новосибирск, 1995.

11. Сьюэлл К., Браун П. Клиенты на всю жизнь. – М.: Изд-во Манн, Иванов и Фербер, 2009.

Примерный перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации по дисциплинам программы в виде зачета в устной форме по дисциплине «Искусство и креативность. История стилей в искусстве»:

1. Назовите основные доминанты стиля Древней Греции и Древнего Рима. Каковы отличительные признаки формы стиля Древнего Рима.
2. Какие элементы формы византийского стиля используют дизайнеры в современных коллекциях на тему Византии?
3. Перечислите признаки канона египетского стиля. Каковы стадии его развития?
4. Назовите особенности романского и готического стиля. Определите композиционную форму готического образа в разных видах искусства.
5. Каковы основные особенности формы и содержания стиля Ренессанс? Каковы специфические особенности Северного Возрождения?
6. В чем особенность барочного художественного образа? Какова специфика барочного образа мира и барочного мышления?
7. Определите структуру классического художественного образа и средства его выразительности.
8. В чем суть декоративности стиля рококо? Какой вид искусства является наиболее ярким показателем этого стиля?
9. Охарактеризуйте стиль эклектики XIX века и проведите сравнительный анализ с эклектикой XX и XXI веков.
10. Какова структура художественного образа романтизма? В чем принципиальное отличие идей и образа романтизма от классицизма? Есть ли сходство?
11. Философские, художественные и эстетические черты стиля модерн. В чем заключается принцип «синтеза искусств»?
12. Назовите отличие фигуративного искусства от конструктивного. Принципы и идеи конструктивизма в искусстве и в современной моде.

## 7.2. Дисциплина «История моды XX века» (24 ч.)

### 7.2.1. Содержание дисциплины «История моды XX века»

№ п/п	Наименование тем, трудоемкость, ч.	Кол-во часов	Содержание тем по видам аудиторных занятий и самостоятельной работы.
2.1.	Модерн и модный облик начала XX века	4	<b>Содержание лекционного занятия:</b> История моды и сексуальности в эпоху La belle Epoque (1894-1914). Возникновение «Haute couture». Ч.Ф. Ворт. Модные дома мира к. XIX – н. XX века. Влияние «Дягилевских сезонов» на моду начала XX века. Движение за реформу костюма (Зак. часа). <b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала,

			работа с литературой (1ак.ч.)
2.2.	Мода 20-х годов	2	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Изменения в одежде во время первой мировой войны. «Ревущие двадцатые» (1914-1929). Ар-деко. Габриэль (Коко) Шанель – автор новых силуэтов и нового стиля жизни. Зарождение таланта Шанель. Модели из джерси. Подвижность – девиз облика создаваемого Шанель. «Русский стиль» в творчестве кутюрье. Маленькое черное платье. Жан Пату – первый дизайнер спортивной одежды (2ак.часа).
2.3	Мода от 30-х до 50-х	4	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Голливуд и гламур. Сюрреализм в моде 30-х годов. Мода военного периода (с 1929г. по военное время). Творчество Кристиана Диора и Нью Лук. Мода 1950-х годов. Великая депрессия. Основные стили в моде. Голливуд и гламур. Иконы стиля: Гарбо и Дитрих. Эдуард Молине – универсальный кутюрье (деловые и вечерние костюмы в стиле ампир). «Шокирующая Эльза». Сюрреализм. План «Утилити». Мода в США – создание американского стиля. Леллонг – общепризнанный профессионал бизнеса моды. Деятельность на посту президента Синдиката Высокой моды. Мода в послевоенный период. «Нью-Лук» К.Диора. Возвращение К. Шанель. Итальянская «альта мода». Король обуви – Сальваторе Феррагамо. Бикини – бестселлеры. Возникновение прет-а-порте. Кристобель Баленсиага – основатель будущего моды XX века. Моделирование одежды – искусство и синтетический жанр. Нововведения в моду. Причины закрытия Дома и филиалов. Луи Ферро-принципы творчества и его модели. Сотрудничество с кинематографом. Идеальная женщина-кутюрье. Пьер Бальман. Работа в Домах Молине и Лелонга. Открытие собственного Дома. Парфюмерная линия и аксессуары от Бальман. Жак Фат – первый француз на американском рынке «prêt-a-porter» (Зак.часа). <b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (1ак.час).
2.4	Мода от 60-х до 80-х	8	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Десятилетие, изменившее мир (1960-е г). Антимода 70-х годов. Итальянский стиль в моде 80-х. Мини и baby-doll. Космическая эра и поп-арт. Творчество А.Куррежа и П.Рабана. Маэстро «prêt-a-porter» Пьер Кардин. Творчество Ив Сен-Лоран. Хиппи и перемены в моде в конце 1960-х годов. Демографический бум и культура бутиков. Сексуальное раскрепощение, борьба за права женщин. Научно-технический прогресс и мода. Соединение уличной моды и «haute couture». Вивьен Вествуд – виртуоз эпатажа. Постмодернизм. Японское направление в дизайне одежды. Творчество Кензо. Стиль «диско». Рой Хальстон. Основные стили. «Богатая мода» и деконструктивизм (4ак.часа). <b>Содержание практического занятия:</b> Сравнительный анализ специфики модного образа 60-х, 70-х, 80-х годов.



			<p>Проанализировать основные особенности и отличия модного образа на выбор. Обосновать связь моды 60-х, 70-х и 80-х. Представить выводы в форме презентации (2ак.часа).</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.часа).</p>
2.5	Мода 90-х	6	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Минимализм 90-х годов. Анализ модных тенденций и прогнозирование в моде. Итальянский стиль в моде: Версаче, Ферре, Москино. К. Лагерфельд и К.Лакруа. Творчество А.Алайя. Основные тенденции. Экологическое направление в дизайне одежды. Гранж и минимализм. Британская мода: В.Вествуд, Дж. Гальяно, А.Макквин. Том Форд. Минимализм будущего от Хуссейна. Ведущие модельеры и Дома мод 90-х годов: Армани, Валентино, Версаче, Вествуд, Кавакубо, Мияке, Черрути, Готье, Прада и др. Показы мод: стили и тенденции. Анализ и прогноз модных тенденций. Прогнозирование базовых тенденций следующего сезона. Стратегии создания модной коллекции (2ак.часа).</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Анализ специфики модного образа 90-х годов. Проанализировать основные составляющие модного образа в коллекциях 90-х годов. Связать с сознанием эпохи. Представить выводы в форме презентации (2ак.часа).</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.часа).</p>
	<b>Промежуточная аттестация</b>	зачет	

### 7.2.2. Учебно - методическое и информационное обеспечение дисциплины «Искусство и креативность. История моды XX века»

#### Основная литература:

1. Гомбрих Э. История искусства. М.: АСТ, 1998.
2. Данилова И. Е. Судьба картины в европейской живописи. СПб.: Искусство, 2005.
3. Даниэль С. М. Искусство видеть. Л.: Искусство, 1990. (Или: СПб.: Искусство, 2009).
4. Мутер Р. Мировая живопись. Шедевры. Жанры. Направления. М.: Эксмо, 2010.
5. Эко У. (Ред.) История красоты. М.: Слово / Slovo, 2009.
6. Мукаржовский Я. Исследования по эстетике и теории искусства. М.: Искусство, 1994.
7. Татаркевич А. Искусство: история понятия // Татаркевич А. История шести понятий. М.: Дом интеллектуальной книги, 2003.
8. Лотман Ю. М. Об искусстве. СПб, 1998.
9. Свидерская М. И. Пространственные искусства в западноевропейской художественной культуре XIII-XIX веков. М.: Галарт, 2010.

10. Данилова И. Е. «Исполнилась полнота времен...» Размышления об искусстве. Статьи. Этюды. Заметки. М.: РГГУ, 2004.
11. Швидковский Д. О. От мегалита до мегаполиса. Очерки истории архитектуры и градостроительства. М.: Архитектура-С, 2009.
12. Глэнси Дж. Архитектура. Полная энциклопедия. М.: Астрель, 2008.
13. Гомбрих Э. История искусства. М.: АСТ, 1998.
14. Попова О. С. Очерки истории искусства. М.: Искусство, 1987.
15. 1994.
16. Винкельман И.И. История искусства древности. Малые сочинения. СПб.: Але-тейя, 2000.
17. Виппер Б.Р. Искусство Древней Греции. М., 1972.
18. Габричевский А.Г. Морфология искусства. – М., 2002.
19. Гаспаров М.Л. Занимательная Греция. М., 2003.
20. Зедльмайер Г. Искусство и истина: Теория и метод истории искусства. – СПб.: Аксиома, 2000.
21. Ильина Т.В. История искусства. Западноевропейское искусство. М., 2002.
22. Искусствознание Запада об искусстве XX века. – М., 1988. История европейского искусствознания: от античности до конца XVIII в. / Отв. ред. Б.Р. Виппер, Т.Н.Ливанова. – М., 1963.
23. История европейского искусствознания: первая половина XIX в. – начало XX в. / Отв.ред. Б.Р.Виппер, Т.Н.Ливанова. Кн. 1,2 – М., 1969.
24. История искусств стран Западной Европы от Возрождения до XX в. Под ред. Е.И. Ротенберга и М.И. Свидерской. М., 1988.
25. Панофский Э. Ренессанс и «ренессансы» в искусстве Запада. – М.: Искусство, 1998. – 362 с.
26. Соколов Г.И. Искусство Древнего Рима. М., 1971.
27. Хрестоматия по мировой художественной культуре. Сост. Зарецкая Д.М., Смирнов В.В. М., 2000.
28. Афанасьев В., Луконин В., Померанцева Н. Искусство Древнего и Ближнего Востока. Малая история искусства. М., 1976.
29. Дмитриева Н.А. Краткая история искусства. Вып. 1. М., 1986; Вып. 2. М., 1990.
30. Искусствознание Запада об искусстве XX века. – М., 1988.
31. Т.О. Бердник, Т.П. Неклюдова. Дизайн костюма. – Ростов., 2000
32. Наталья Будур. История костюма.-М., 2002
33. Э. Б. Плаксина, Л. А. Михайловская, В. П. Попов. История костюма. Стили и направления. – М.: Академия, 2008.
34. Андреева А.Ю., Богомолов Г.И. История костюма. Эпоха. Стиль. Мода. СПб: «Паритет», 2001.
35. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: «Республика», «Культурная революция», 2006.
36. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры. М., 2003.

37. Вещь в японской культуре/ Сост. Н.Г. Анарина, Е.М. Дьяконова. М.: Вост.лит., 2003.
38. Дмитриева Н.А. Загадки мира моды. Очерки о культуре моды. Д.: Сталкер, 1998.
39. М.: Альпина нон-фикшн Глагол, 2011.
40. Андреева А.Н. Дизайнерские бренды в фэшн-бизнесе. – М., 2012.
41. Кирсанова Р. М. Костюм. Вещь и образ в русской художественной культуре 18-начала 20 века. – М., 1995
42. Вайнштейн О.Б. Денди: мода, литература, стиль жизни. – М.: Новое литературное обозрение, 2006.
43. Гейл К., Каур Я. Мода и текстиль: рождение новых тенденций.- М.: Гревцов Паблицер, 2009.
44. Готтенрот Ф. Иллюстрированная история стиля и моды с древнейших времен. – М.: Эксмо, 2009.
45. Ермилова Д.Ю. История домов моды.- М.: Academia, 2004.
46. Линч А., Штраусс М.Д. Изменения в моде: причины и следствия.- М.: Гревцов Паблицер, 2009.
47. Линч А., М.Д. Штраус. Мода и реклама. – М., 2008.
48. Паломо-Ловински Н. Мода и модельеры.- М.: Арт-Родник, 2011
49. Рожков И.Я., Кисмерешкин В.П. Бренды и имиджи. – М.: РИП-Холдинг, 2006.
50. Саме Жани. Высокая мода. – М.: Азбука-классика, 2010
15. Словарь моды Кристиана Диора. – М.: Слово, 2010.
51. Теория моды: Одежда. Тело. Культура. –М.: Новое литературное обозрение, вып. №19, 2011.
52. Шинкарук М. Мода и модельеры. – М.: Мир энциклопедий Аванта+ Астрель, 2011
53. Тони Хайнс, Маргарет Брюс. Маркетинг в индустрии моды. Комплексное исследование для специалистов отрасли. – М., 2009
54. Тангейт Марк. Построение бренда в сфере моды: от Armani до Zara. – М., 2006
55. Хелен Говорек. Закупки в сфере моды. – М., 2009
56. Никола Уайт. Fashion-бизнес. Теория, практика, феномен. – М., 2008
57. Алена Андреева, Людмила Богомолова. Маркетинг роскоши. Современные стратегии. – Спб, 2008.
58. Килошенко М.И. Психология моды. – М., 2006.
59. Треверс-Спенсер С., Заман З. Справочник дизайнера по формам и стилям одежды. –М., 2009.
60. Марни Фог. Энциклопедия модных брендов. – М.: Эксмо, 2012.

#### **Дополнительная литература:**

1. Белоусова Татьяна Хороший вкус у вас в кармане. – Спб.: АСТ, Астрель, 2006.
2. Базыма Б. Психология цвета. Теория и практика. – М., 2005.

3. Кузин. Ф. А. Культура делового общения. – М., Ось-89, 2004.
4. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб., 1999
5. Алехина И.В. Имидж и этикет делового человека.- М.: ЭНН, 1996.
6. Булыгина А.А. Этика делового общения. Курс лекций. - Новосибирск, 1995.
7. Сьюэлл К., Браун П. Клиенты на всю жизнь. – М.: Изд-во Манн, Иванов и Фербер, 2009.

Примерный перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации по дисциплинам программы в виде зачета в устной форме по дисциплине «Искусство и креативность. История моды XX века»:

1. Эпоха модерна в костюме и внешнем образе: каковы принципы создания костюма и его узнаваемые доминантные черты? Основные дизайнеры, их идеи и образы.
2. Модный образ 20-30- годов: причины изменения модного мужского и женского образа. Развитие модных Домов. Сюрреализм в моде
3. Модный образ 40-х годов: влияние социокультурной ситуации на моду и требования к внешнему облику. Характер образа и появление новых дизайнеров
4. Основные тенденции развития моды 50-х годов: ведущие модельеры, идеи, лица, диктат трендов. Причины возникновения прет-а-порте.
5. Что изменили 60-е в моде и в мире? В чем причина демократизации моды и модного образа? Основные дизайнеры, их идеи и образы
6. Мода и антимода 70-х годов: в чем суть явления антимоды, кто из дизайнеров является выразителем этой идеи, каковы художественные способы выражения?
7. Стиль «диско» в моде 80-х и его основные черты. Причина распространения уличной моды и полистилизм. Кто из дизайнеров становится выразителем молодежной субкультуры?
8. В чем особенность японской моды и кто является основным выразителем идей японской моды? В чем суть деконструктивизма?
9. Чем характеризуется стиль минимализм в моде 90-годов? Назовите основные тенденции моды этого периода и основные национальные платформы создания модного образа.

### **7.3. Дисциплина «Современная модная индустрия: структура и тенденции развития» (32 ч.)**

#### **7.3.1. Содержание дисциплины «Современная модная индустрия: структура и тенденции развития»**

№ п/п	Наименование тем, трудоемкость, ч.	Кол-во часов	Содержание тем по видам аудиторных занятий и самостоятельной работы.
3.1.	Мода как система	2	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Определение феномена «моды». Понятие «мода», «одежда», «модные» журналы, «модный» образ жизни и пр. Потребители моды, их классификация и особенности. Ценности моды. Мода и гендер: изменение сознания, ментальности и способа ношения одежды (2ак.часа)
3.2.	Мода как коммуникация. Модный образ	3	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Принципы возникновения и распространения модных тенденций. Прогнозирование модных тенденций: появление новых участников и способов в обществе постмодерна. Кулхантинг как независимый и стратегический подход, его видоизменение. Массовое появление в прогнозировании fashion-блогеров. Знаменитые fashion-блогеры и их участие в процессе создания и распространения модных образцов. Специфика индивидуальных блогов как отражения сознания современности (2ак.часа) <b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (1ак.час)
3.3	Мода как коммуникация. Модные показы.	5	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Создание коллекции: планирование и разработка концепции коллекции. Специфика профессиональных организаций модной индустрии Франции. Федерация парижских кутюрье, Комитет Кольбера: их роль и функция в поддержании системы моды. Символическая роль Недели моды. Цель и функции модных показов. Использование внешних механизмов контроля: система «звезд». Изменение концепции продаж и концепции показов: за и против (4ак.часа) <b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (1ак.час)
3.4	Продвижение модного продукта. Лица и роли.	5	Специфика распространения моды: участники системы, потребители, создатели и арбитры. Подражание и диффузия как способы существования современной моды. Ценности потребителей. Принципы возникновения и распространения модных тенденций. Прогнозирование модных тенденций: появление новых участников и способов в обществе постмодерна. Инсайдеры и аутсайдеры. Институт арбитров и гейткипинг. Кулхантинг как независимый и стратегический подход, его видоизменение. Массовое появление в прогнозировании fashion-блогеров. Знаменитые fashion-блогеры и их участие в процессе создания и распространения модных образцов (4ак.часа). <b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (1ак.час)
3.5	Мода как бизнес. Дизайнеры и бренды	5	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Понятие «модный Дом», «модные» стандарты и «модные» объекты. Как организован модный Дом. Кто становится владельцем модного Дома. Цель поддержания системы. Структура модной промышленности в

			<p>мире, основные ее направления. Структура жизненного цикла индустрии в целом – ключевые моменты. «Заговор промышленников» и экономическая целесообразность. Объединение брендов и поглощение. Способ существования дизайнера в структуре модного Дома. Маркетинговые и PR-инструменты (4ак.часа)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (1ак.час)</p>
3.6	Мода как искусство. История и современность	12	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Мода и искусство: как они взаимосвязаны. Мнения известных аналитиков моды, кутюрье и владельцев модных Домов. Художники эпохи модерна, оказавшие влияние на моду. Современные примеры коллабораций. Реминисценции на «большие» исторические стили. Цель использования искусства в модных коллекциях. Искусство как «антикризисный» инструмент. Интеллектуальность и концептуальность современной моды (4ак.часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Использование картин известных художников в коллекциях современных кутюрье. Представить презентацию о специфике использования искусства в коллекциях современных кутюрье. Обсуждение принципа прямого цитирования и заимствования. Сравнение художественного и модного образа (4 ак.часа)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (4ак.часа)</p>
	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>зачет</b>	

### 7.3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины «Современная модная индустрия: структура и тенденции развития»

#### Основная литература:

1. Гомбрих Э. История искусства. М.: АСТ, 1998.
2. Данилова И. Е. Судьба картины в европейской живописи. СПб.: Искусство, 2005.
3. Даниэль С. М. Искусство видеть. Л.: Искусство, 1990. (Или: СПб.: Искусство, 2009).
4. Мутер Р. Мировая живопись. Шедевры. Жанры. Направления. М.: Эксмо, 2010.
5. Эко У. (Ред.) История красоты. М.: Слово / Slovo, 2009.
6. Мукаржовский Я. Исследования по эстетике и теории искусства. М.: Искусство, 1994.
7. Изобразительное искусство, 1985.
8. Дворжак М. История искусства как история духа. СПб.: Академический проект, 2001.
9. Вельфлин Г. Основные понятия истории искусств. СПб.: Мифрил, 1994.

10. Виппер Б. Р. Введение в историческое изучение искусств. М.: Изобразительное искусство, 1985.
11. Лотман Ю.М. Об искусстве. СПб, 1998.
12. Ротенберг Е.И. Станковая картина итальянского кватроченто. Типологические основы Искусствознание. 1999. № 2.
13. Грашенков В.Н. Типология и периодизация культуры Возрождения. М., 1978.
14. Даниэль С. М. Картина классической эпохи. Л.: Искусство, 1986.
15. Арнхейм Р. Динамика архитектурных форм. – М.: Стройиздат, 1989.
16. Базен Ж. История истории искусства: От Вазари до наших дней. М.:
17. европейского искусствознания: от античности до конца XVIII в. / Отв. ред. Б.Р. Виппер, Т.Н.Ливанова. – М., 1963.
18. История европейского искусствознания: первая половина XIX в. – начало XX в. / Отв.ред. Б.Р.Виппер, Т.Н.Ливанова. Кн. 1,2 – М., 1969.
19. История искусств стран Западной Европы от Возрождения до XX в. Под ред. Е.И. Ротенберга и М.И. Свидерской. М., 1988.
20. Панофский Э. Ренессанс и «ренессансы» в искусстве Запада. – М.: Искусство, 1998. – 362 с.
21. Соколов Г.И. Искусство Древнего Рима. М., 1971.
22. Хрестоматия по мировой художественной культуре. Сост. Зарецкая
23. Наталья Будур. История костюма. -М., 2002
24. Э. Б. Плаксина, Л. А. Михайловская, В. П. Попов. История костюма. Стили и направления. – М.: Академия, 2008.
25. Андреева А.Ю., Богомолов Г.И. История костюма. Эпоха. Стиль. Мода. СПб: «Паритет», 2001.
26. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: «Республика», «Культурная революция», 2006.
27. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры. М., 2003.
28. Вещь в японской культуре/ Сост. Н.Г. Анарина, Е.М. Дьяконова. М.: Вост.лит., 2003.
29. Дмитриева Н.А. Загадки мира моды. Очерки о культуре моды. Д.: Сталкер, 1998.
30. Захаржевская Р.В. История костюма: от античности до современности. – М., 2005.
31. Мерцалова М.Н. Костюм разных времен и народов.- М.: Академия моды, 2001.
32. Комиссаржевский Ф.Ф. История костюма.- М.: Астрель, 2005.
33. Володин Виктор. Мода и стиль. – М., 2006.
34. Элизабет Уилсон. Облаченные в мечты. Мода и современность.- М.: НЛО, 2012.
35. Эйлин Рибейро. Мода и мораль. – М.: НЛО, 2012
36. Стивен Гандл. Гламур. – М.: НЛО, 2011.
37. Ирина Блохина. Всемирная история костюма, моды и стиля.- М., 2010.

38. Терешкович Т.А. Словарь моды: Терминология, история, аксессуары. – М., 2009.
39. Гийом Эрнер. Жертвы моды. – М., 2011.
40. Александр Васильев. Красота в изгнании. – М., 2008.
41. Васильев А.А. Этюды о моде и стиле. – М.: Альпина нон-фикшн Глагол, 2011.
42. Васильев А.А. Судьба моды. – М.: Альпина нон-фикшн Глагол, 2011.
43. Андреева А.Н. Дизайнерские бренды в фэшн-бизнесе. – М., 2012.
44. Кирсанова Р. М. Костюм. Вещь и образ в русской художественной культуре 18-начала 20 века. – М., 1995
45. Вайнштейн О.Б. Денди: мода, литература, стиль жизни. – М.: Новое литературное обозрение, 2006.
46. Гейл К., Каур Я. Мода и текстиль: рождение новых тенденций.- М.: Гревцов Паблицер, 2009.
47. Готтенрот Ф. Иллюстрированная история стиля и моды с древнейших времен. – М.: Эксмо, 2009.
48. Ермилова Д.Ю. История домов моды.- М.: Academia, 2004.
49. Линч А., Штраусс М.Д. Изменения в моде: причины и следствия.- М.: Гревцов Паблицер, 2009.
50. Линч А., М.Д. Штраус. Мода и реклама. – М., 2008.
51. Паломо-Ловински Н. Мода и модельеры.- М.: Арт-Родник, 2011
52. Оконкво У. Брендинг в моде класса Люкс. – М, 2010.
53. Кавамура Ю. Теория и практика создания моды. – М., 2009.
54. Джексон Т., Шоу Д. Индустрия моды. – М., 2011.
55. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М, 2005.
56. Сироткина И.В. Цветные продавцы, цветные покупатели. – М, 2005.
57. Килошенко М.И. Психология моды. – М., 2006.
58. Треверс-Спенсер С., Заман З.Справочник дизайнера по формам и стилям одежды. –М., 2009.
59. Марни Фог. Энциклопедия модных брендов. – М.: Эксмо, 2012.

#### **Дополнительная литература:**

1. Белоусова Татьяна Хороший вкус у вас в кармане. – Спб.: АСТ, Астрель, 2006.
2. Базыма Б. Психология цвета. Теория и практика. – М., 2005.
3. Горчакова В.Г. Имиджелогия: учеб. для гуманит. вузов / В.Г. Горчакова. – М.: Флинта, 2008.
4. Золотая книга этикета. – М.: Вече, 2006.
5. Короткова М.В. Культура повседневности. История костюма. – М.: Владос, 2002.
6. Латур Анни. Волшебники парижской моды. – М.: Этерна, 2009.
7. Макияж и визаж 21 века. Профессиональные приемы и методы. – М.: Омега, 2007.



8. 500 причесок и секреты макияжа. – М.: Внешсигма, Аст, 1999.
9. Шаляпин Ф.И. Маска и душа. – М., 1997.
10. Шепель В.М. Управленческая антропология. Человеческая
11. Юнити, 2005.
12. Кузин. Ф. А. Культура делового общения. – М., Ось-89, 2004.
13. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб.,1999
14. Алехина И.В. Имидж и этикет делового человека.- М.: ЭНН, 1996.
15. Булыгина А.А. Этика делового общения. Курс лекций. - Новосибирск, 1995.
16. Сьюэлл К., Браун П. Клиенты на всю жизнь. – М.: Изд-во Манн, Иванов и Фербер, 2009.

Примерный перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации по дисциплинам программы в виде зачета в устной форме по дисциплине «Современная модная индустрия: структура и тенденции развития»:

1. Какие основные черты современной моды Вы знаете и какие выводы можно сделать на основе этого о будущем моды?
2. Назовите признаки, по которым можно судить о том, что мода – это система и структура.
3. Назовите особенности модного образа и его сходство и отличие от стильного образа.
4. Что такое концепт-образ современной моды и каковы причины его возникновения?
5. Назовите функции модных показов и отличительные особенности основных Недель мировой моды.
6. Какие тенденции объединяют современную моду и современное искусство?
7. Докажите тезис, что искусство – это мода, или наоборот, искусство – это бизнес. Приведите примеры.
8. Приведите пример художественного образа, модного образа и стильного образа. Обоснуйте свои выводы.
9. Назовите основные профессиональные организации мировой моды и принцип деления коллекций на сегменты.

#### **7.4. Дисциплина «Fashion-ритейл. Бренды и сегментация fashion-рынка» (42 ч.)**

##### **7.4.1. Содержание дисциплины «Fashion-ритейл. Бренды и сегментация fashion-рынка»**

№ п/п	Наименование тем, трудоемкость, ч.	Кол-во часов	Содержание тем по видам аудиторных занятий и самостоятельной работы.

4.1.	Закупки, ценообразование и цикл жизни модных товаров.	8	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Жизненный цикл модных товаров: от идеи до воплощения - идея, команда, финансы. Целеполагание бренда - особенная идея, ниша, продажи. Создание сезонного ассортимента – от идеи до прилавка. Расчет бюджета продаж и закупки для предприятия. Система аналитики закупки. Особенности ценообразования для разных ценовых сегментов (4ак.часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Анализ специфики работы любого массового бренда одежды. Работа с источниками информации. Поиск материалов о работе массового бренда одежды. Способы позиционирования на рынке. Экономика и маркетинг. Отличие западного и российского рынка (2ак.часа)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.часа)</p>
4.2.	Визуальный мерчендайзинг как инструмент продаж.	8	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Что такое мерчендайзинг, функции мерчендайзинга, какие цели и задачи. Инструменты для продажи своего продукта и эффективного выстраивания коммуникаций, как с клиентом, так и внутри бизнеса. Выгода непрямых продаж. Мерчендайзинг как соединение творчества и маркетинга (4ак.часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> найти и описать удачные примеры брендов, использующих инструменты мерчендайзинга и витринистики. Представить выводы в форме презентации (2ак.часа)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.часа)</p>
4.3	Классификация брендов на основе разных признаков	8	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Особенности рынка модной индустрии, типы компаний, деление рынка на ценовые сегменты и характеристика каждого сегмента. Разные типы классификаций брендов и сегментов на основе эмоционального и ценового подхода. Классификация для потребителей и для профессионалов (4ак.часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> распределить список мировых брендов модной индустрии (список прилагается) на основе разных подходов к классификации брендов и описать ключевые параметры Представить выводы в форме презентации (2ак.часа)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.часа)</p>
4.4	Специфика разных сегментов модных товаров.	7	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Особенности стоимости брендового товара, ценовые сегменты магазинов. Правила мерчендайзинга по 14 критериям в разных ценовых сегментах. Мотивация покупателей и стиль жизни, который стоит за брендом. Символическая и реальная стоимость модных товаров. Примеры витрин и магазинов каждого ценового сегмента (4ак.часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> выбрать тот или иной ценовой сегмент, описать параметры его узнаваемости и ключевые характеристики, указывающие на ДНК бренда Представить выводы в форме презентации (2ак.часа)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала,</p>

			работа с литературой (1ак.час)
4.5	Продвижение и продажи в разных ценовых сегментах	5	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Инструменты маркетинга - Продукт, Цена, Продвижение. Виды мерчбука. Структура мерчбука. Оформление страниц мерчбуков европейских и российских брендов. PR-инструменты в продвижении. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Их роль и задача в продвижении. Виды пос-материалов. Способы и места их использования. Основные правила при разработке пос-материалов. Примеры правильных и неправильных пос-материалов (2ак.часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> проанализировать набор инструментов для продвижения любого (на выбор обучающегося) российского и западного бренда. Провести сравнительный анализ и представить в виде презентации (2ак.часа).</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (1ак.час)</p>
4.6.	Портрет покупателя и «ореол» бренда. Изменение в структуре потребления	6	<p>3 способа экспресс оценки целевой аудитории магазина. Особенности типов покупателей и определение целевых магазинов для них. Особенности мерчендайзинга и оформления витрин для каждого типа покупателей. Использование инструментов эмоционального воздействия в пространстве магазина. Дизайн-продукт, нацеленный на удовлетворение спроса потребителей и формирование стиля жизни, связанного с брендом (2ак.часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> составить портрет покупателя любого (на выбор обучающегося) российского и западного бренда. Провести сравнительный анализ и представить в виде презентации (2ак.часа).</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.часа)</p>
	<b>Промежуточная аттестация</b>	зачет	

#### 7.4.2. Учебно - методическое и информационное обеспечение дисциплины «Fashion-ритейл. Бренды и сегментация fashion-рынка»

##### Основная литература:

1. Гомбрих Э. История искусства. М.: АСТ, 1998.
2. Данилова И. Е. Судьба картины в европейской живописи. СПб.: Искусство, 2005.
3. Даниэль С. М. Искусство видеть. Л.: Искусство, 1990. (Или: СПб.: Искусство, 2009).
4. Мутер Р. Мировая живопись. Шедевры. Жанры. Направления. М.: Эксмо, 2010.
5. Эко У. (Ред.) История красоты. М.: Слово / Slovo, 2009.
6. Мукаржовский Я. Исследования по эстетике и теории искусства. М.: Искусство, 1994.
7. Татаркевич А. Искусство: история понятия // Татаркевич А. История шести понятий. М.: Дом интеллектуальной книги, 2003.
8. Лотман Ю. М. Об искусстве. СПб, 1998.

9. СПб.: Але-тейя, 2000.
10. Виппер Б.Р. Искусство Древней Греции. М., 1972.
11. Габричевский А.Г. Морфология искусства. – М., 2002.
12. Гаспаров М.Л. Занимательная Греция. М., 2003.
13. Зедльмайер Г. Искусство и истина: Теория и метод истории искусства. – СПб.: Аксиома, 2000.
14. Ильина Т.В. История искусства. Западноевропейское искусство. М., 2002.
15. Искусствознание Запада об искусстве XX века. – М., 1988. История европейского искусствознания: от античности до конца XVIII в. / Отв. ред. Б.Р. Виппер, Т.Н.Ливанова. – М., 1963.
16. Дмитриева Н.А. Загадки мира моды. Очерки о культуре моды. Д.: Сталкер, 1998.
17. Захаржевская Р.В. История костюма: от античности до современности. – М., 2005.
18. Мерцалова М.Н. Костюм разных времен и народов.- М.: Академия моды, 2001.
19. Комиссаржевский Ф.Ф. История костюма.- М.: Астрель, 2005.
20. Володин Виктор. Мода и стиль. – М., 2006.
21. Элизабет Уилсон. Облаченные в мечты. Мода и современность.- М.: НЛО, 2012.
22. Эйлин Рибейро. Мода и мораль. – М.: НЛО, 2012
23. Стивен Гандл. Гламур. – М.: НЛО, 2011.
24. Ирина Блохина. Всемирная история костюма, моды и стиля.- М., 2010.
25. Терешкович Т.А. Словарь моды: Терминология, история, аксессуары. – М., 2009.
26. Гийом Эрнер. Жертвы моды. – М., 2011.
27. Александр Васильев. Красота в изгнании. – М., 2008.
28. Васильев А.А. Этюды о моде и стиле. – М.: Альпина нон-фикшн Глагол, 2011.
29. Васильев А.А. Судьба моды. – М.: Альпина нон-фикшн Глагол, 2011.
30. Андреева А.Н. Дизайнерские бренды в фэшн-бизнесе. – М., 2012.
31. Кирсанова Р. М. Костюм. Вещь и образ в русской художественной культуре 18-начала 20 века. – М., 1995
32. Вайнштейн О.Б. Денди: мода, литература, стиль жизни. – М.: Новое литературное обозрение, 2006.
33. Гейл К., Каур Я. Мода и текстиль: рождение новых тенденций.- М.: Гревцов Паблшер, 2009.
34. Готтенрот Ф. Иллюстрированная история стиля и моды с древнейших времен. – М.: Эксмо, 2009.
35. Ермилова Д.Ю. История домов моды.- М.: Academia, 2004.
36. Линч А., Штраусс М.Д. Изменения в моде: причины и следствия.- М.: Гревцов Паблшер, 2009.
37. Линч А., М.Д. Штраус. Мода и реклама. – М., 2008.

38. Паломо-Ловински Н. Мода и модельеры.- М.: Арт-Родник, 2011
39. Рожков И.Я., Кисмерешкин В.П. Бренды и имиджи. – М.: РИП-Холдинг, 2006.
40. Саме Жани. Высокая мода. – М.: Азбука-классика, 2010
16. Словарь моды Кристиана Диора. – М.: Слово, 2010.
41. Теория моды: Одежда. Тело.Культура. –М.: Новое литературное обозрение, вып. №19, 2011.
42. Шинкарук М. Мода и модельеры. – М.: Мир энциклопедий Аванта+Астрель, 2011
43. Тони Хайнс, Маргарет Брюс. Маркетинг в индустрии моды. Комплексное исследование для специалистов отрасли. – М., 2009
44. Тангейт Марк. Построение бренда в сфере моды: от Armani до Zara. – М., 2006
45. Хелен Говорек. Закупки в сфере моды. – М., 2009
46. Никола Уайт. Fashion-бизнес. Теория, практика, феномен. – М., 2008
47. Алена Андреева, Людмила Богомолова. Маркетинг роскоши. Современные стратегии. – Спб, 2008.
48. Пименов П.А. Вижу - хочу! Мерчандайзинг в мире моды. – М., 2009.
49. Оконкво У. Брендинг в моде класса Люкс. – М, 2010.
50. Кавамура Ю. Теория и практика создания моды. – М., 2009.
51. Джексон Т., Шоу Д. Индустрия моды. – М., 2011.
52. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М, 2005.
53. Сироткина И.В. Цветные продавцы, цветные покупатели. – М, 2005.
54. Килошенко М.И. Психология моды. – М., 2006.
55. Треверс-Спенсер С., Заман З.Справочник дизайнера по формам и стилям одежды. –М., 2009.
56. Марни Фог. Энциклопедия модных брендов. – М.: Эксмо, 2012.

#### **Дополнительная литература:**

1. Белоусова Татьяна Хороший вкус у вас в кармане. – Спб.: АСТ, Астрель, 2006.
2. Базыма Б. Психология цвета. Теория и практика. – М., 2005.
3. Горчакова В.Г. Имиджелогия: учеб. для гуманит. вузов / В.Г. Горчакова. – М.: Флинта, 2008.
4. Золотая книга этикета. – М.: Вече, 2006.
5. Короткова М.В. Культура повседневности. История костюма. – М.: Владос, 2002.
6. Латур Анни. Волшебники парижской моды. – М.: Этерна, 2009.
7. Макияж и визаж 21 века. Профессиональные приемы и методы. – М.: Омега, 2007.
8. 500 причесок и секреты макияжа. – М.: Внешсигма, Аст, 1999.
9. Шаляпин Ф.И. Маска и душа. – М., 1997.

10. Шепель В.М. Управленческая антропология. Человеческая компетентность менеджера: Энциклопедия. – М.: Дом педагогики, 2000.
11. Энциклопедия современной женщины. Макияж. – М.: Внешсигма, Аст, 2000.
12. Венедиктова В.И. О деловой этике и этикете. М.: Правовая культура, 1994.
13. Формановская Н.И. Речевой этикет и культура общения. М.: ВШ, 1989.
14. Психология и этика делового общения под. – Ред. В. Н. Лавриненко М., Юнити, 2005.
15. Кузин. Ф. А. Культура делового общения. – М., Ось-89, 2004.
16. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб.,1999
17. Алехина И.В. Имидж и этикет делового человека.- М.: ЭНН, 1996.
18. Булыгина А.А. Этика делового общения. Курс лекций. - Новосибирск, 1995.
19. Сьюэлл К., Браун П. Клиенты на всю жизнь. – М.: Изд-во Манн, Иванов и Фербер, 2009.

Примерный перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации по дисциплинам программы в виде зачета в устной форме по дисциплине «Fashion-ритейл. Бренды и сегментация fashion-рынка»:

1. Какая из современных классификаций сегментации рынка является наиболее применимой в деятельности стилиста и почему?
2. Перечислите признаки сегмента «от-кутюр» с позиции идеи, цены и символической составляющей
3. Перечислите признаки сегмента «прет-а-порте» с позиции идеи, цены и целевой аудитории.
4. Перечислите признаки сегмента «масс-маркет» с позиции идеи, цены и целевой аудитории
5. Как располагаются бренды в пространстве магазина? Назовите отличительные черты в оформлении магазинов брендов разных сегментов.
6. Назовите принципы и правила визуального мерчендайзинга для магазинов разных сегментов.
7. В чем особенность создания бренда в индустрии моды? Какие российские бренды Вы знаете и к какому сегменту они относятся?
8. Назовите основные признаки бренда и инструменты продвижения бренда на примере любого модного Дома

**7.5. Дисциплина «Fashion-styling. Стильная фотосессия: искусство и реклама» (48 ч.)**

### 7.5.1. Содержание дисциплины «Fashion-styling. Стильная фотосессия и модные журналы»

№ п/п	Наименование тем, трудоемкость, ч.	Кол-во часов	Содержание тем по видам аудиторных занятий и самостоятельной работы.
5.1.	История модных журналов. Знаменитые фотографы, модели и стилисты.	8	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Первые шаги модной фотографии. Фотосессии для журналов Мод. Сюрреализм в фотографии: Хорст П. Хорст и Филипп Халсман. Фотография 40-х и 50-х годов: Ли Миллер, Ирвин Пенн. Фотоживопись: Сесил Битон и Эрвин Блюменфельд. Черно-белый шик: Уильям Кляйн. Легкость бытия: Жанлю Сьефф, Френк Хорват. Изнанка роскошной жизни: Ричард Аведон. Коллаж из диких животных и топ-моделей: Питер Бирд. Порношик: Хельмут Ньютон. Сдержанные 90-е и гламурные нулевые. Китч в модной фотографии (4ак. часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Анализ специфики «глянцевого» журналов. Сравнительная характеристика. Анализ текстов и способов рекламной подачи материала. Выбор марок и модных образов. Работа стилиста. Работа фотографа (2ак. часа)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак. часа)</p>
5.2.	Виды fashion-фотографии. Анализ целевой аудитории	8	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Мода и модная фотография: современные тенденции. Виды современной fashion-фотографии: снэп, модельные тесты, эдиториал, лукбук, бьюти-съемка. Основные эстетические принципы современной фотографии: концептуализм, гламур, контрасты, использование цифровых технологий и пр. (4ак. часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> проанализировать один из выбранных видов fashion-фотографии и описать элементы композиции, работу цвета и света, выбор модели и стилистическое решение (2ак. часа)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак. часа)</p>
5.3	Портфолио как инструмент продвижения услуг	8	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Цель и задачи портфолио для стилиста. Этапы работы и работа по созданию портфолио. Выбор концепции. Программные инструменты для создания портфолио. Стилистические решения и визуальный ряд. Умение работать с визуальным рядом и создавать единый стилистический и маркетинговый продукт. Отбор материала для портфолио (4ак. часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> разработать концепт портфолио на основе своих (имеющихся) или чужих авторских работ как пример возможной реализации в будущем. Объяснить выбор идеи и формы (2ак. часа).</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак. часа).</p>
5.4	План подготовки	8	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Цели и возможности</p>

	фотопроекта. Подбор команды и модели.		<p>стильной фотосессии: от идеи - к воплощению. План подготовки фотопроекта для коммерческих заказов и для оформления портфолио. Формирование клиентского запроса. Сбор информации по теме. Подготовка к съёмке. Подбор команды. Типажи модели. Составление сценария (истории) съёмки. Техника фотосъёмки. Расположение модели. Поиск удачных ракурсов (4ак.часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> реализация фотопроекта на основе выбранной идеи для портфолио (2ак.часа)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.часа)</p>
5.5	Задачи и этапы составления MoodBoard и StoryBoard	8	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> MoodBoard и StoryBoard – цели и задачи. Работа с первоисточниками. Работа с ассоциативными рядами и примерами работ знаменитых фотографов. Этапы составления и возможности использования (4ак.часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> составить MoodBoard и StoryBoard как инструмент подготовки фотопроекта и генерации креативной концепции (2ак.часа)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.часа)</p>
5.6	Основные законы освещения и тонкости при работе со светом.	6	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Настройка фотоаппарата при студийной съёмке. Понятие мягкого и жесткого света (в чем особенность, как они проявляются при съёмке, в каких случаях ни в коем случае нельзя применять тот или иной свет) Как свет использовать для усиления эффекта от кадра Насадки для студийных приборов (какие существуют, в чем их отличие, какие насадки когда стоит использовать, без чего можно обойтись, а на чем точно не стоит экономить и почему) (2ак.часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> научится выстраивать световой рисунок в зависимости от итоговой задачи: выполнить в фотостудии световой тест на модели для наглядной демонстрации изменения лица в зависимости от направления света (2ак.часа).</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.часа)</p>
5.7	Особенности командной работы стилиста, визажиста и фотографа	2	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Стилист как организатор командной работы. Правила эффективной коммуникации с визажистом, парикмахером, фотографом. Способность понятно доносить главную идею. Распределение ролей. Работа фотографа. Художественная выразительность кадра. Тонкости работы команды на съемках для каталога (2ак.часа)</p>
	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>зачет</b>	



### 7.5.2. Учебно - методическое и информационное обеспечение дисциплины «Fashion-styling. Стильная фотосессия: искусство и реклама»

#### Основная литература:

1. Гомбрих Э. История искусства. М.: АСТ, 1998.
2. Данилова И. Е. Судьба картины в европейской живописи. СПб.: Искусство, 2005.
3. Даниэль С. М. Искусство видеть. Л.: Искусство, 1990. (Или: СПб.: Искусство, 2009).
4. Мутер Р. Мировая живопись. Шедевры. Жанры. Направления. М.: Эксмо, 2010.
5. Эко У. (Ред.) История красоты. М.: Слово / Slovo, 2009.
6. Мукаржовский Я. Исследования по эстетике и теории искусства. М.: Искусство, 1994.
7. Татаркевич А. Искусство: история понятия // Татаркевич А. История шести понятий. М.: Дом интеллектуальной книги, 2003.
8. Лотман Ю. М. Об искусстве. СПб, 1998.
9. Свидерская М. И. Пространственные искусства в западноевропейской художественной культуре XIII-XIX веков. М.: Галарт, 2010.
10. Данилова И. Е. «Исполнилась полнота времен...» Размышления об искусстве. Статьи. Этюды. Заметки. М.: РГГУ, 2004.
11. Швидковский Д. О. От мегалита до мегаполиса. Очерки истории архитектуры и градостроительства. М.: Архитектура-С, 2009.
12. Глэнси Дж. Архитектура. Полная энциклопедия. М.: Астрель, 2008.
13. Гомбрих Э. История искусства. М.: АСТ, 1998.
14. Попова О. С. Очерки истории искусства. М.: Искусство, 1987.
15. Лисовский В. Г. Архитектура эпохи Возрождения. СПб.: Азбука-Классика, 2007.
16. Габричевский А.Г. Морфология искусства. – М., 2002.
17. Гаспаров М.Л. Занимательная Греция. М., 2003.
18. Зедльмайер Г. Искусство и истина: Теория и метод истории искусства. – СПб.: Аксиома, 2000.
19. Ильина Т.В. История искусства. Западноевропейское искусство. М., 2002.
20. Искусствознание Запада об искусстве XX века. – М., 1988. История европейского искусствознания: от античности до конца XVIII в. / Отв. ред. Б.Р. Виппер, Т.Н.Ливанова. – М., 1963.
21. История европейского искусствознания: первая половина XIX в. – начало XX в. / Отв.ред. Б.Р.Виппер, Т.Н.Ливанова. Кн. 1,2 – М., 1969.
22. История искусств стран Западной Европы от Возрождения до XX в. Под ред. Е.И. Ротенберга и М.И. Свидерской. М., 1988.
23. Панофский Э. Ренессанс и «ренессансы» в искусстве Запада. – М.: Искусство, 1998. – 362 с.
24. Соколов Г.И. Искусство Древнего Рима. М., 1971.

25. Хрестоматия по мировой художественной культуре. Сост. Зарецкая Д.М., Смирнов В.В. М., 2000.
26. Афанасьев В., Луконин В., Померанцева Н. Искусство Древнего и Ближнего Востока. Малая история искусства. М., 1976.
27. Дмитриева Н.А. Краткая история искусства. Вып. 1. М., 1986; Вып. 2. М., 1990.
28. Искусствознание Запада об искусстве XX века. – М., 1988.
29. Т.О. Бердник, Т.П. Неклюдова. Дизайн костюма. – Ростов., 2000
30. Наталья Будур. История костюма.-М., 2002
31. Дмитриева Н.А. Загадки мира моды. Очерки о культуре моды. Д.: Сталкер, 1998.
32. Захаржевская Р.В. История костюма: от античности до современности. – М., 2005.
33. Мерцалова М.Н. Костюм разных времен и народов.- М.: Академия моды, 2001.
34. Комиссаржевский Ф.Ф. История костюма.- М.: Астрель, 2005.
35. Володин Виктор. Мода и стиль. – М., 2006.
36. Элизабет Уилсон. Облаченные в мечты. Мода и современность.- М.: НЛЮ, 2012.
37. Эйлин Рибейро. Мода и мораль. – М.: НЛЮ, 2012
38. Стивен Гандл. Гламур. – М.: НЛЮ, 2011.
39. Ирина Блохина. Всемирная история костюма, моды и стиля.- М., 2010.
40. Терешкович Т.А. Словарь моды: Терминология, история, аксессуары. –
41. Готтенрот Ф. Иллюстрированная история стиля и моды с древнейших времен. – М.: Эксмо, 2009.
42. Ермилова Д.Ю. История домов моды.- М.: Academia, 2004.
43. Линч А., Штраусс М.Д. Изменения в моде: причины и следствия.- М.: Гревцов Паблицер, 2009.
44. Линч А., М.Д. Штраус. Мода и реклама. – М., 2008.
45. Паломо-Ловински Н. Мода и модельеры.- М.: Арт-Родник, 2011
46. Рожков И.Я., Кисмерешкин В.П. Бренды и имиджи. – М.: РИП-Холдинг, 2006.
47. Саме Жани. Высокая мода. – М.: Азбука-классика,
48. Никола Уайт. Fashion-бизнес. Теория, практика, феномен. – М., 2008
49. Алена Андреева, Людмила Богомолова. Маркетинг роскоши. Современные стратегии. – Спб, 2008.
50. Пименов П.А. Вижу - хочу! Мерчандайзинг в мире моды. – М., 2009.
51. Оконкво У. Брендинг в моде класса Люкс. – М, 2010.
52. Кавамура Ю. Теория и практика создания моды. – М., 2009.
53. Джексон Т., Шоу Д. Индустрия моды. – М., 2011.
54. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М, 2005.
55. Сироткина И.В. Цветные продавцы, цветные покупатели. – М, 2005.
56. Килошенко М.И. Психология моды. – М., 2006.

57. Треверс-Спенсер С., Заман З. Справочник дизайнера по формам и стилям одежды. – М., 2009.
58. Марни Фог. Энциклопедия модных брендов. – М.: Эксмо, 2012.

#### **Дополнительная литература:**

1. Белоусова Татьяна Хороший вкус у вас в кармане. – СПб.: АСТ, Астрель, 2006.
2. Базыма Б. Психология цвета. Теория и практика. – М., 2005.
3. Горчакова В.Г. Имиджелогия: учеб. для гуманитар. вузов / В.Г. Горчакова. – М.: Флинта, 2008.
4. Золотая книга этикета. – М.: Вече, 2006.
5. Короткова М.В. Культура повседневности. История костюма. – М.: Владос, 2002.
6. Латур Анни. Волшебники парижской моды. – М.: Этерна, 2009.
7. Макияж и визаж 21 века. Профессиональные приемы и методы. – М.: Омега, 2007.
8. 500 причесок и секреты макияжа. – М.: Внешсигма, Аст, 1999.
9. Шаляпин Ф.И. Маска и душа. – М., 1997.
10. Шепель В.М. Управленческая антропология. Человеческая компетентность менеджера: Энциклопедия. – М.: Дом педагогики, 2000.
11. Энциклопедия современной женщины. Макияж. – М.: Внешсигма, Аст, 2000.
12. Венедиктова В.И. О деловой этике и этикете. М.: Правовая культура, 1994.
13. Формановская Н.И. Речевой этикет и культура общения. М.: ВШ, 1989.
14. Психология и этика делового общения под. – Ред. В. Н. Лавриненко М., Юнити, 2005.
15. Кузин. Ф. А. Культура делового общения. – М., Ось-89, 2004.
16. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб., 1999
17. Алехина И.В. Имидж и этикет делового человека.- М.: ЭНН, 1996.
18. Булыгина А.А. Этика делового общения. Курс лекций. - Новосибирск, 1995.
19. Сьюэлл К., Браун П. Клиенты на всю жизнь. – М.: Изд-во Манн, Иванов и Фербер, 2009.

Примерный перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации по дисциплинам программы в виде зачета в устной форме по дисциплине «Fashion-styling. Стильная фотосессия и модные журналы»:

1. Назовите источники для работы над созданием стильной фотосессии. Каких известных фотографов Вы знаете и в чем особенность их индивидуального почерка?
2. Каковы задачи, цели и способы составления MoodBoard и StoryBoard?

3. Перечислите виды современной fashion-фотографии. Охарактеризуйте причины выбора.
4. Назовите этапы подготовки и реализации стильной фотосессии.
5. Чем является стильная фотосессия с Вашей точки зрения – искусством или пиар-инструментом? Приведите примеры
6. Какова роль художественного образа и маркетинга в создании стильной фотосессии?
7. В чем заключается специфика работы с командой в реализации проекта? Как выстраивать работу с моделью и фотографом?
8. Есть ли отличия в создании стильной фотосессии для модных журналов и для лукбука коллекций?
9. Влияет ли на результат выбор помещения, освещения, сценария и реквизита? Каковы правила коммуникации и юридические правила в работе со сторонними организациями?

## 7.6. Дисциплина «Fashion-пресса: история и современная роль» (36 ч.)

### 7.6.1. Содержание дисциплины Fashion-пресса: история и современная роль

№ п/п	Наименование тем, трудоемкость, ч.	Кол-во часов	Содержание тем по видам аудиторных занятий и самостоятельной работы.
6.1.	Модные журналы: роль и функции в структуре современной моды	6	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Феномен Fashion-журналистики: современная площадка трансляции информации о мире моды. Статус и функции журналов в системе создания и трансляции модных событий, стандартов и трендов. Классификация. Разновидность медиа. Современные мировые лидеры модной журналистики и ключевые тенденции развития (2ак.ч.)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Подобрать примеры самых известных западных и российский модных журналов. Провести сравнительный анализ с позиции отражения/включения в основные направления современной моды (2ак.ч.)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.ч.)</p>
6.2.	Цель, направленность и темы модных журналов	6	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Модные журналы сегодня – доступность информации о моде в режиме оф-лайн и он-лайн. «Личный» (индивидуальный) формат подачи. Необходимость высокой скорости реагирования на события модной индустрии. Обратная связь и способность отражения стиля улиц «здесь и сейчас». Основные темы модных журналов, типология. Направления «street style bloggers» и «personal style bloggers» (2ак.ч.)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Выбрать один из понравившихся модных журналов, определить типологию и основные темы журнала. Пояснить причину выбора и</p>

			<p>привлечения внимания (2ак.ч.)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.ч.)</p>
6.3	<p>Выбор языковых средств для создания текста. Соответствие ожиданиям.</p>	7	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Особенности текстов: специфика форм, уникальность авторского стиля, принцип «грамотно и быстро». Отбор языковых средств в зависимости от функций и задач сообщения. Выявление наиболее актуальных тем, новизна и оригинальность контента. Ответственность за качество содержания: формирование и поддержка интереса к журналу, взаимодействие с авторами, фотографами, дизайнерами. Оптимизация публикаций под поисковые запросы, продвижение SEO (теги, ссылки, ключевые слова) (2ак.ч.)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Создать небольшой авторский текст или развернутый пост для модного журнала. Проанализировать выбор языковых средств с учетом выбранной темы, с учетом целевой аудитории, авторской позиции и SEO-оптимизации (4ак.ч.)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (1ак.ч.)</p>
6.4	<p>Визуальное оформление: цвет, композиция, фотографии</p>	7	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Визуальность как важнейший компонент информативности fashion-журнала. Внешний вид страниц: особенности дизайна и расположения материалов, контрастность текстов, удобство для просмотра. Определение цветовых решений с учетом восприятия информации через экраны и мониторы гаджетов. Шрифты и иконки, flat design. Отбор иллюстративных материалов. Фотография как основная часть содержания: единство стиля, качество изображения. (2ак.ч.)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Проанализировать дизайн страниц любого модного журнала: композиционную идею, цветовое решение, текстовое наполнение, визуальный ряд в позиции эффективной коммуникации с целевой аудиторией (4ак.ч.)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (1ак.ч.)</p>
6.5	<p>Лица и способы продвижения модного образа.</p>	5	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Основные лица современной модной журналистики. Роль СМИ в распространении модного продукта. Гейткиперы и их влияние на смену и ритм модных тенденций. Лидеры мнений, блогеры и колумнисты. Привлечение потребителей к экспертной оценке. Роль «звезд» в распространении модного образа. Современные медиа как пиар-инструмент. Спонсоры и взаимодействие с рекламодателями (упоминание брендов, заказ на обзор, указание ссылок на бренд, размещение на странице рекламного банера и др.) (2ак.ч.)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Проанализировать выбранные способы продвижения, инструменты пиар-технологий, лица и целевую аудиторию модного журнала (на</p>

			выбор) (2ак.ч.) <b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (1ак.ч.)
6.6	Интернет и влияние технологий на текст и формат.	5	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Освещение событий модной индустрии посредством он-лайн порталов: оперативность, эффект присутствия, индивидуальные оценки. Разнообразие платформ, их особенности (Facebook, Instagram, Livejournal, WordPress, YouTube и др.). Развитие fashion-журналов он-лайн как новой площадки для проведения маркетинговых мероприятий. Позиционирование fashion-журналиста и fashion-блогера как специалиста, профессионального консультанта или стилиста. (2ак.ч.) <b>Содержание практического занятия:</b> Создать репортаж о событии в мире моды, к примеру, о Неделе моды. Выбрать определенный ракурс подачи информации с учетом профессиональных знаний и индивидуального видения события (2ак.ч.) <b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (1ак.ч.)
	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>Зачет</b>	

### 7.6.2. Учебно - методическое и информационное обеспечение дисциплины «Fashion-пресса: история и современная роль»

#### Основная литература:

1. Гомбрих Э. История искусства. М.: АСТ, 1998.
2. Данилова И. Е. Судьба картины в европейской живописи. СПб.: Искусство, 2005.
3. Даниэль С. М. Искусство видеть. Л.: Искусство, 1990. (Или: СПб.: Искусство, 2009).
4. Мутер Р. Мировая живопись. Шедевры. Жанры. Направления. М.: Эксмо, 2010.
5. Эко У. (Ред.) История красоты. М.: Слово / Slovo, 2009.
6. Мукаржовский Я. Исследования по эстетике и теории искусства. М.: Искусство, 1994.
7. Татаркевич А. Искусство: история понятия // Татаркевич А. История шести понятий. М.: Дом интеллектуальной книги, 2003.
8. Изобразительное искусство, 1985.
9. Лотман Ю.М. Об искусстве. СПб, 1998.
10. Ротенберг Е.И. Станковая картина итальянского кватроченто. Типологические основы Искусствознание. 1999. № 2.
11. Грашенков В.Н. Типология и периодизация культуры Возрождения. М., 1978.
12. Даниэль С. М. Картина классической эпохи. Л.: Искусство, 1986.
13. Арнхейм Р. Динамика архитектурных форм. – М.: Стройиздат, 1989.

14. Базен Ж. История истории искусства: От Вазари до наших дней. М.: 1994.
15. Винкельман И.И. История искусства древности. Малые сочинения. СПб.: Алетейя, 2000.
16. Виппер Б.Р. Искусство Древней Греции. М., 1972.
17. Габричевский А.Г. Морфология искусства. – М., 2002.
18. Гаспаров М.Л. Занимательная Греция. М., 2003.
19. Зедльмайер Г. Искусство и истина: Теория и метод истории искусства. – СПб.: Аксиома, 2000.
20. Ильина Т.В. История искусства. Западноевропейское искусство. М., 2002.
21. Искусствознание Запада об искусстве XX века. – М., 1988. История европейского искусствознания: от античности до конца XVIII в. / Отв. ред. Б.Р. Виппер, Т.Н.Ливанова. – М., 1963.
22. История европейского искусствознания: первая половина XIX в. – начало XX в. / Отв.ред. Б.Р.Виппер, Т.Н.Ливанова. Кн. 1,2 – М., 1969.
23. История искусств стран Западной Европы от Возрождения до XX в. Под ред. Е.И. Ротенберга и М.И. Свидерской. М., 1988.
24. Панофский Э. Ренессанс и «ренессансы» в искусстве Запада. – М.: Искусство, 1998. – 362 с.
25. Соколов Г.И. Искусство Древнего Рима. М., 1971.
26. Э. Б. Плаксина, Л. А. Михайловская, В. П. Попов. История костюма. Стили и направления. – М.: Академия, 2008.
27. Андреева А.Ю., Богомолов Г.И. История костюма. Эпоха. Стиль. Мода. СПб: «Паритет», 2001.
28. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: «Республика», «Культурная революция», 2006.
29. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры. М., 2003.
30. Вещь в японской культуре/ Сост. Н.Г. Анарина, Е.М. Дьяконова. М.: Вост.лит., 2003.
31. Дмитриева Н.А. Загадки мира моды. Очерки о культуре моды. Д.: Сталкер, 1998.
32. Захаржевская Р.В. История костюма: от античности до современности. – М., 2005.
33. Мерцалова М.Н. Костюм разных времен и народов.- М.: Академия моды, 2001.
34. Комиссаржевский Ф.Ф. История костюма.- М.: Астрель, 2005.
35. Володин Виктор. Мода и стиль. – М., 2006.
36. Элизабет Уилсон. Облаченные в мечты. Мода и современность.- М.: НЛО, 2012.
37. Эйлин Рибейро. Мода и мораль. – М.: НЛО, 2012
38. Стивен Гандл. Гламур. – М.: НЛО, 2011.
39. Ирина Блохина. Всемирная история костюма, моды и стиля.- М., 2010.

40. Терешкович Т.А. Словарь моды: Терминология, история, аксессуары. – М., 2009.
41. Гийом Эрнер. Жертвы моды. – М., 2011.
42. Александр Васильев. Красота в изгнании. – М., 2008.
43. Васильев А.А. Этюды о моде и стиле. – М.: Альпина нон-фикшн Глагол, 2011.
44. Васильев А.А. Судьба моды. – М.: Альпина нон-фикшн Глагол, 2011.
45. Андреева А.Н. Дизайнерские бренды в фэшн-бизнесе. – М., 2012.
46. Кирсанова Р. М. Костюм. Вещь и образ в русской художественной культуре 18-начала 20 века. – М., 1995
47. Вайнштейн О.Б. Денди: мода, литература, стиль жизни. – М.: Новое литературное обозрение, 2006.
48. Гейл К., Каур Я. Мода и текстиль: рождение новых тенденций.- М.: Гревцов Паблицер, 2009.
49. Готтенрот Ф. Иллюстрированная история стиля и моды с древнейших времен. – М.: Эксмо, 2009.
50. Ермилова Д.Ю. История домов моды.- М.: Academia, 2004.
51. Линч А., Штраусс М.Д. Изменения в моде: причины и следствия.- М.: Гревцов Паблицер, 2009.
52. Линч А., М.Д. Штраус. Мода и реклама. – М., 2008.
53. Паломо-Ловински Н. Мода и модельеры.- М.: Арт-Родник, 2011
54. Рожков И.Я., Кисмерешкин В.П. Бренды и имиджи. – М.: РИП-Холдинг, 2006.
55. Саме Жани. Высокая мода. – М.: Азбука-классика, 2010
20. Словарь моды Кристиана Диора. – М.: Слово, 2010.
56. Теория моды: Одежда. Тело. Культура. –М.: Новое литературное обозрение, вып. №19, 2011.
57. Шинкарук М. Мода и модельеры. – М.: Мир энциклопедий Аванта+ Астрель, 2011
58. Тони Хайнс, Маргарет Брюс. Маркетинг в индустрии моды. Комплексное исследование для специалистов отрасли. – М., 2009
59. Пименов П.А. Вижу - хочу! Мерчандайзинг в мире моды. – М., 2009.
60. Оконкво У. Брендинг в моде класса Люкс. – М, 2010.
61. Кавамура Ю. Теория и практика создания моды. – М., 2009.
62. Джексон Т., Шоу Д. Индустрия моды. – М., 2011.
63. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М, 2005.
64. Сироткина И.В. Цветные продавцы, цветные покупатели. – М, 2005.
65. Килошенко М.И. Психология моды. – М., 2006.
66. Треверс-Спенсер С., Заман З.Справочник дизайнера по формам и стилям одежды. –М., 2009.
67. Марни Фог. Энциклопедия модных брендов. – М.: Эксмо, 2012.

#### **Дополнительная литература:**



1. Белоусова Татьяна Хороший вкус у вас в кармане. – Спб.: АСТ, Астрель, 2006.
2. Базыма Б. Психология цвета. Теория и практика. – М., 2005.
3. Горчакова В.Г. Имиджелогия: учеб. для гуманитар. вузов / В.Г. Горчакова. – М.: Флинта, 2008.
4. Золотая книга этикета. – М.: Вече, 2006.
5. Короткова М.В. Культура повседневности. История костюма. – М.: Владос, 2002.
6. Латур Анни. Волшебники парижской моды. – М.: Этерна, 2009.
7. Макияж и визаж 21 века. Профессиональные приемы и методы. – М.: Омега, 2007.
8. 500 причесок и секреты макияжа. – М.: Внешсигма, Аст, 1999.
9. Шаляпин Ф.И. Маска и душа. – М., 1997.
10. Шепель В.М. Управленческая антропология. Человеческая компетентность менеджера: Энциклопедия. – М.: Дом педагогики, 2000.
11. Энциклопедия современной женщины. Макияж. – М.: Внешсигма, Аст, 2000.
12. Венедиктова В.И. О деловой этике и этикете. М.: Правовая культура, 1994.
13. Формановская Н.И. Речевой этикет и культура общения. М.: ВШ, 1989.
14. Психология и этика делового общения под. – Ред. В. Н. Лавриненко М., Юнити, 2005.
15. Кузин. Ф. А. Культура делового общения. – М., Ось-89, 2004.
16. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб., 1999
17. Алехина И.В. Имидж и этикет делового человека.- М.: ЭНН, 1996.
18. Булыгина А.А. Этика делового общения. Курс лекций. - Новосибирск, 1995.
19. Сьюэлл К., Браун П. Клиенты на всю жизнь. – М.: Изд-во Манн, Иванов и Фербер, 2009.

Примерный перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации по дисциплинам программы в виде зачета в устной форме по дисциплине «Fashion-пресса: история и современная роль»:

1. Каковы основные тенденции развития современной модной журналистике?
2. Какое влияние оказывает интернет и новые средства коммуникации на визуальную форму и тексты традиционной журналистики?
3. Назовите самые известные мировые журналы мод, их историческую доминанту, влияющую на узнаемость и их целевую аудиторию.

4. Связана ли форма и содержание модных журналов с целевой аудиторией, рекламодателями, инвесторами, модными домами и пр. Каким образом? Приведите пример.
5. Какова роль журналов он-лайн и оф-лайн в распространении модного продукта? Как журналы связаны с поддержанием системы потребления и распространением определенного «стиля жизни»?
6. Какую роль играют новые медиа и какие новые правила они диктуют традиционной журналистике?
7. Для каких целей журналы привлекают «звезд», блогеров, лидеров мнений, экспертов и пр.? Оказывает ли потребитель влияние на выбор темы, способа подачи и визуального ряда журналов?
8. Какие журналы, как и почему приглашают для освещения крупных событий в мире моды и искусства?

## **7.7. Дисциплина «Основные методики в стилистике и имидж-консультировании» (76 ч.)**

### **7.7.1. Содержание дисциплины «Основные методики в стилистике и имидж-консультировании»**

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование тем, трудоемкость, ч.</b>	<b>Кол-во часов</b>	<b>Содержание тем по видам аудиторных занятий и самостоятельной работы.</b>
7.1.	Основы колористики	4	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Физика цвета и основные концепции. Цветовой круг Иттена. Символика и психология цвета. Ассоциативность цвета и цветовых сочетаний. Тест Люшера. Свойства цвета. Работа с нюансами и контрастами (4ак.часа)
7.2.	Методики определения индивидуальной цветовой палитры	8	Теории природных колоритов (цветотипов), сравнительный анализ. Сезонный метод и дирекционный метод. Достоинства и недостатки каждой теории. Практика применимости. Определение цветотипа персоны. Правила перехода между цветотипами (4ак.часа) <b>Содержание практического занятия:</b> Найти пример для каждого их цветотипов сезонной теории и дирекционном методе, указать качественные характеристик. Работу представить в виде презентации (2ак.часа) <b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.часа)
7.3	Типы мужских и женских фигур.	8	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Типология женских фигур. Четыре типа, их отличительные особенности. Типология мужских фигур. Четыре типа, их отличительные особенности. Подбор правильного кроя в одежде. Выбор фактуры ткани и рисунка (4ак.часа) <b>Содержание практического занятия:</b> Практика подбора кроя и фактуры ткани в соответствии с типом фигуры (2ч). Представить в виде коллажей или презентации анализ 4-х типов женских или мужских фигур. Обосновать сделанный подбор

			<p>кроя и фактуры ткани, наиболее подходящие тому или иному типу фигуры (2ак.часа)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.часа)</p>
7.4	Принципы визуальной коррекции	8	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Визуальная коррекция фигуры, способы коррекции. Анализ пропорций фигуры и работа с линией. Коррекция разных частей тела с помощью определенных элементов костюма и их видов (4ак.часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Практика подбора кроя и его элементов в соответствии с задачей по сокрытию недостатков фигуры. Представить в виде коллажей или презентации анализ вида выбранной коррекции. Обосновать сделанный выбор (2ак.часа)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.часа)</p>
7.5	Зрительное восприятие костюма	8	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Понятие оптической иллюзии в костюме. Виды иллюзий в искусстве и в костюме. Виды иллюзий по методике Беляевой-Экземплярской. Самые распространенные виды иллюзий и их воздействие на восприятие (4ак.часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Подобрать примеры из современных коллекций на каждый вид зрительной иллюзии. Представить в виде коллажей или презентации анализ вида выбранной коррекции. Обосновать сделанный выбор (2ак.часа).</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.часа)</p>
7.6	Основные стили в одежде	8	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Многообразие стилей одежды в современной моде. Характеристики основных направлений и стилей. Соответствие стилей одежды типу внешности, возрасту и ситуации. Принципы подобия и соответствия (4ак.часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Соответствие одежды типу внешности. Стили одежды. На примере визуального ряда стилей одежды определить стиль современной одежды. Найти тип внешности, которому можно предложить этот стиль. Обосновать выводы (2ак.часа)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.часа)</p>
7.7	Рациональный гардероб. Сезонные капсулы	8	<p>Структура рационального гардероба. Практика формирования рационального гардероба. Понятие капсулы. Сезонность гардероба. Анализ гардероба и составление списка обязательных и дополнительных покупок. Индивидуальность рационального гардероба и модные тенденции (4ак.часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Принципы формирования рационального гардероба. Практика в ТЦ. Подготовить презентацию с 2-3-мя вариантами рационального гардероба. Объяснить принципы составления. Продемонстрировать знания на практике в ТЦ. Составление луков базового гардероба для клиента в магазине (2ак.часа)</p>

			<b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.часа)
7.8	Теория и практика шопинга	8	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Шопинг: карта покупок, бюджет, выбор маршрута. Обзор основных брендов мужской и женской одежды. Шопинг-маршруты: магазины, бутики, торговые центры. Он-лайн шопинг и шопинг за границей. Как правильно проводить шопинг. Психология поведения клиента в пространстве магазина. Взаимодействие с магазинами (4ак.часа) <b>Содержание практического занятия:</b> Практика в ТЦ. Шопинг-маршруты. Реализация стилевого решения в ТЦ в соответствии с задачами клиента (2ак.часа) <b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.часа)
7.9	Подбор прически и макияжа	12	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Прическа, макияж, маникюр как завершающие элементы визуального образа и законченного стилевого решения. Выбор формы, цвета прически в соответствии с типом внешности. Правила визуальной коррекции лица и особенности макияжа. Современные бьюти-тренды. Виды декоративной косметики и их сегментирование. Правила подбора аксессуаров по форме, объему, пропорциям, акцентам. Правильное сочетание и допустимое количество (4ак.часа) <b>Содержание практического занятия:</b> Разработать несколько вариантов (3-4) целостных образов для клиентов, приведя в соответствие костюм и прическу, макияж. Представить в виде коллажей или презентации. Обосновать сделанный выбор (4ак.часа) <b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (4ак.часа)
7.10	Подбор украшений	4	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Украшения как композиционная точка и эмоциональная суть образа. Украшения как знак и символ. История и современность. Модные тенденции. Правила подбора аксессуаров по форме, объему, пропорциям, акцентам. Правильное сочетание и допустимое количество (4ак.часа)
	<b>Промежуточная аттестация</b>	зачет	

### **7.7.2. Учебно - методическое и информационное обеспечение дисциплины «Основные методики в стилистике и имидж-консультировании»**

#### **Основная литература:**

1. Гомбрих Э. История искусства. М.: АСТ, 1998.
2. Данилова И. Е. Судьба картины в европейской живописи. СПб.: Искусство, 2005.
3. Попова О. С. Очерки истории искусства. М.: Искусство, 1987.

4. Лисовский В. Г. Архитектура эпохи Возрождения. СПб.: Азбука-Классика, 2007.
5. Виппер Б. Р. Введение в историческое изучение искусства. М.: Изобразительное искусство, 1985.
6. Дворжак М. История искусства как история духа. СПб.: Академический проект, 2001.
7. Вельфлин Г. Основные понятия истории искусств. СПб.: Мифрил, 1994.
8. Виппер Б. Р. Введение в историческое изучение искусств. М.: Изобразительное искусство, 1985.
9. Лотман Ю.М. Об искусстве. СПб, 1998.
10. Ротенберг Е.И. Станковая картина итальянского кватроченто. Типологические основы Искусствознание. 1999. № 2.
11. Грашенков В.Н. Типология и периодизация культуры Возрождения. М.,
12. История европейского искусствознания: первая половина XIX в. – начало XX в. / Отв.ред. Б.Р.Виппер, Т.Н.Ливанова. Кн. 1,2 – М., 1969.
13. История искусств стран Западной Европы от Возрождения до XX в. Под ред. Е.И. Ротенберга и М.И. Свидерской. М., 1988.
14. Панофский Э. Ренессанс и «ренессансы» в искусстве Запада. – М.: Искусство, 1998. – 362 с.
15. Соколов Г.И. Искусство Древнего Рима. М., 1971.
16. Хрестоматия по мировой художественной культуре. Сост. Зарецкая Д.М., Смирнов В.В. М., 2000.
17. Афанасьев В., Луконин В., Померанцева Н. Искусство Древнего и Ближнего Востока. Малая история искусства. М., 1976.
18. Дмитриева Н.А. Краткая история искусства. Вып. 1. М., 1986; Вып. 2. М., 1990.
19. Искусствознание Запада об искусстве XX века. – М., 1988.
20. Т.О. Бердник, Т.П. Неклюдова. Дизайн костюма. – Ростов., 2000
21. Наталья Будур. История костюма.-М., 2002
22. Э. Б. Плаксина, Л. А. Михайловская, В. П. Попов. История костюма. Стили и направления. – М.: Академия, 2008.
23. Андреева А.Ю., Богомолов Г.И. История костюма. Эпоха. Стиль. Мода. СПб: «Паритет», 2001.
24. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: «Республика», «Культурная революция», 2006.
25. Ирина Блохина. Всемирная история костюма, моды и стиля.- М., 2010.
26. Терешкович Т.А. Словарь моды: Терминология, история, аксессуары. – М., 2009.
27. Гийом Эрнер. Жертвы моды. – М., 2011.
28. Александр Васильев. Красота в изгнании. – М., 2008.
29. Васильев А.А. Этюды о моде и стиле. – М.: Альпина нон-фикшн Глагол, 2011.
30. Васильев А.А. Судьба моды. – М.: Альпина нон-фикшн Глагол, 2011.

31. Андреева А.Н. Дизайнерские бренды в фэшн-бизнесе. – М., 2012.
32. Кирсанова Р. М. Костюм. Вещь и образ в русской художественной культуре 18-начала 20 века. – М., 1995
33. Вайнштейн О.Б. Денди: мода, литература, стиль жизни. – М.: Новое литературное обозрение, 2006.
34. Гейл К., Каур Я. Мода и текстиль: рождение новых тенденций.- М.: Гревцов Паблшер, 2009.
35. Готтенрот Ф. Иллюстрированная история стиля и моды с древнейших времен. – М.: Эксмо, 2009.
36. Ермилова Д.Ю. История домов моды.- М.: Academia, 2004.
37. Линч А., Штраусс М.Д. Изменения в моде: причины и следствия.- М.: Гревцов Паблшер, 2009.
38. Линч А., М.Д. Штраус. Мода и реклама. – М., 2008.
39. Паломо-Ловински Н. Мода и модельеры.- М.: Арт-Родник, 2011
40. Рожков И.Я., Кисмерешкин В.П. Бренды и имиджи. – М.: РИП-Холдинг, 2006.
41. Саме Жани. Высокая мода. – М.: Азбука-классика, 2010
21. Словарь моды Кристиана Диора. – М.: Слово, 2010.
42. Теория моды: Одежда. Тело. Культура. –М.: Новое литературное обозрение, вып. №19, 2011.
43. Шинкарук М. Мода и модельеры. – М.: Мир энциклопедий Аванта+ Астрель, 2011
44. Тони Хайнс, Маргарет Брюс. Маркетинг в индустрии моды. Комплексное исследование для специалистов отрасли. – М., 2009
45. Тангейт Марк. Построение бренда в сфере моды: от Armani до Zara. – М., 2006
46. Хелен Говорек. Закупки в сфере моды. – М., 2009
47. Никола Уайт. Fashion-бизнес. Теория, практика, феномен. – М., 2008
48. Алена Андреева, Людмила Богомолова. Маркетинг роскоши. Современные стратегии. – Спб, 2008.
49. Пименов П.А. Вижу - хочу! Мерчандайзинг в мире моды. – М., 2009.
50. Оконкво У. Брендинг в моде класса Люкс. – М, 2010.
51. Кавамура Ю. Теория и практика создания моды. – М., 2009.
52. Джексон Т., Шоу Д. Индустрия моды. – М., 2011.
53. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М, 2005.
54. Сироткина И.В. Цветные продавцы, цветные покупатели. – М, 2005.
55. Килошенко М.И. Психология моды. – М., 2006.
56. Треверс-Спенсер С., Заман З. Справочник дизайнера по формам и стилям одежды. –М., 2009.
57. Марни Фог. Энциклопедия модных брендов. – М.: Эксмо, 2012.

#### **Дополнительная литература:**

1. Белоусова Татьяна Хороший вкус у вас в кармане. – Спб.: АСТ, Астрель, 2006.
2. Базыма Б. Психология цвета. Теория и практика. – М., 2005.
3. Горчакова В.Г. Имиджелогия: учеб. для гуманитар. вузов / В.Г. Горчакова. – М.: Флинта, 2008.
4. Золотая книга этикета. – М.: Вече, 2006.
5. Короткова М.В. Культура повседневности. История костюма. – М.: Владос, 2002.
6. Латур Анни. Волшебники парижской моды. – М.: Этерна, 2009.
7. Макияж и визаж 21 века. Профессиональные приемы и методы. – М.: Омега, 2007.
8. 500 причесок и секреты макияжа. – М.: Внешсигма, Аст, 1999.
9. Шаляпин Ф.И. Маска и душа. – М., 1997.
10. Шепель В.М. Управленческая антропология. Человеческая компетентность менеджера: Энциклопедия. – М.: Дом педагогики, 2000.
11. Энциклопедия современной женщины. Макияж. – М.: Внешсигма, Аст, 2000.
12. Венедиктова В.И. О деловой этике и этикете. М.: Правовая культура, 1994.
13. Формановская Н.И. Речевой этикет и культура общения. М.: ВШ, 1989.
14. Психология и этика делового общения под. – Ред. В. Н. Лавриненко М., Юнити, 2005.
15. Кузин. Ф. А. Культура делового общения. – М., Ось-89, 2004.
16. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб., 1999
17. Алехина И.В. Имидж и этикет делового человека.- М.: ЭНН, 1996.
18. Булыгина А.А. Этика делового общения. Курс лекций. - Новосибирск, 1995.
19. Сьюэлл К., Браун П. Клиенты на всю жизнь. – М.: Изд-во Манн, Иванов и Фербер, 2009.

Примерный перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации по дисциплинам программы в виде зачета в устной форме по дисциплине «Основные методики в стилистике и имидж-консультировании»:

1. Определите вариант цветотипа, исходя из разных методик. Обоснуйте выбор.
2. Назовите типы фигур и дайте характеристику каждой. Подберите правильный силуэт, крой, фактуру.
3. Выберите их предлагающихся вариантов стили в одежде, связанные с классическим, романтическим, натуральным, спортивным направлением. Обоснуйте выбор.

4. Назовите модные тенденции сезона. Дайте характеристику каждому и определите целевую аудиторию того или иного образа.
5. Принципы и способы создания базового гардероба. Сделайте подборку 2-3-х вариантов и объясните принцип подбора.
6. Подберите аксессуары, прическу и макияж в соответствии со стилевым направлением и типом внешности.
7. Что характеризует аксессуары классического, драматического и романтичного стиливого направления?
8. Опишите основные цвета и принципы нанесения макияжа для каждого стиливого направления.

## 7.8. Дисциплина «Профессиональная терминология и материаловедение» (36 ч.)

### 7.8.1. Содержание дисциплины «Профессиональная терминология и материаловедение»

№ п/п	Наименование тем, трудоемкость, ч.	Кол-во часов	Содержание тем по видам аудиторных занятий и самостоятельной работы.
8.1.	Виды кроя, силуэта.	5	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Современный костюм: виды кроя, их отличительные особенности. Крой и фактура ткани. Виды силуэтов и их характерные особенности. Основные силуэты, что используются в современных коллекциях. Идея, которую несет форма (2ак.часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Определение видов кроя и силуэта на примере 5-6 коллекций современных дизайнеров (на выбор). Анализ кроя и силуэта с позиции историзма и современного полистилизма (2ак.часа)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (1ак.час)</p>
8.2.	Виды верхней одежды	5	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Многообразие видов верхней одежды как отражение многообразия мира. Виды верхней женской одежды и их отличительные особенности. Виды мужской верхней одежды и их отличительные особенности (2ак.часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Найти примеры видов верхней одежды в модных коллекциях последнего сезона (на выбор) Представить в виде презентации (2ак.часа)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (1ак.час)</p>



8.3	Виды платьев, брюк, юбок, жакетов, топов.	5	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Название и виды платьев, брюк, юбок, жакетов, топов. Отличительные особенности. Форма, отражающая суть современного стильного образа. Многообразие и выбор приоритета для демонстрации модных тенденций и социального сознания, социальных событий (2ак.часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Найти примеры видов платье, брюк, юбок, жакетов, топов в модных коллекциях последнего сезона (на выбор). Представить в виде презентации (2ак.часа)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (1ак.час)</p>
8.4	Виды обуви и головных уборов	5	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Многообразие видов современной мужской и женской обуви. Выбор обуви в соответствии с идеей стильного, модного или профессионального образа. Отличительные особенности. Виды головных уборов. Модные тенденции в ношении головных уборов (2ак.часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Найти примеры видов обуви и головных в модных коллекциях последнего сезона (на выбор) и в стрит-стайл. Представить в виде презентации (2ак.часа)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (1ак.час)</p>
8.5.	Виды тканей: традиционные и инновационные.	8	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> История ткани. Волокна: основные характеристики их свойств. Строение и свойства тканей (классификация, переплетение, отделка). Ассортимент традиционных тканей (х\б, льняные, шерстяные, шелковые, кружево). Инновационных ткани. Практическая применимость. Подиумные ткани и ткани для повседневных костюмов (4ак.часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Найти примеры видов тканей в модных коллекциях последнего сезона (на выбор) и в стрит-стайл. Сделать обзор тканей, представленных в магазинах определенного ценового сегмента (на выбор). Представить в виде презентации (2ак.часа)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.часа)</p>
8.6.	Название рисунков и орнаментов	8	<p>Виды орнаментов. Современные принты: формы и содержания, специфика использования. Дизайнерский рисунок на ткани. Выбор рисунка. Массовое производство и использование отделки. Модные тенденции (4ак.часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Найти примеры рисунков и ораментов в модных коллекциях последнего сезона (на выбор). Представить в виде презентации (2ак.часа)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.часа)</p>
	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>зачет</b>	

## **7.8.2. Учебно - методическое и информационное обеспечение дисциплины «Профессиональная терминология и материаловедение»**

### **Основная литература:**

1. Гомбрих Э. История искусства. М.: АСТ, 1998.
2. Данилова И. Е. Судьба картины в европейской живописи. СПб.: Искусство, 2005.
3. Даниэль С. М. Искусство видеть. Л.: Искусство, 1990. (Или: СПб.: Искусство, 2009).
4. Мутер Р. Мировая живопись. Шедевры. Жанры. Направления. М.: Эксмо, 2010.
5. Грашенков В.Н. Типология и периодизация культуры Возрождения. М., 1978.
6. Даниэль С. М. Картина классической эпохи. Л.: Искусство, 1986.
7. Арнхейм Р. Динамика архитектурных форм. – М.: Стройиздат, 1989.
8. Базен Ж. История истории искусства: От Вазари до наших дней. М.: 1994.
9. Винкельман И.И. История искусства древности. Малые сочинения. СПб.: Але-тейя, 2000.
10. Виппер Б.Р. Искусство Древней Греции. М., 1972.
11. Габричевский А.Г. Морфология искусства. – М., 2002.
12. Гаспаров М.Л. Занимательная Греция. М., 2003.
13. Зедльмайер Г. Искусство и истина: Теория и метод истории искусства. – СПб.: Аксиома, 2000.
14. Ильина Т.В. История искусства. Западноевропейское искусство. М., 2002.
15. Искусствознание Запада об искусстве XX века. – М., 1988. История европейского искусствознания: от античности до конца XVIII в. / Отв. ред. Б.Р. Виппер, Т.Н.Ливанова. – М., 1963.
16. История европейского искусствознания: первая половина XIX в. – начало XX в. / Отв.ред. Б.Р.Виппер, Т.Н.Ливанова. Кн. 1,2 – М., 1969.
17. История искусств стран Западной Европы от Возрождения до XX в. Под ред. Е.И. Ротенберга и М.И. Свидерской. М., 1988.
18. Панофский Э. Ренессанс и «ренессансы» в искусстве Запада. – М.: Искусство, 1998. – 362 с.
19. Соколов Г.И. Искусство Древнего Рима. М., 1971.
20. Хрестоматия по мировой художественной культуре. Сост. Зарецкая Д.М., Смирнов В.В. М., 2000.
21. Афанасьев В., Луконин В., Померанцева Н. Искусство Древнего и Ближнего Востока. Малая история искусства. М., 1976.
22. Дмитриева Н.А. Краткая история искусства. Вып. 1. М., 1986; Вып. 2. М., 1990.
23. Искусствознание Запада об искусстве XX века. – М., 1988.
24. Т.О. Бердник, Т.П. Неклюдова. Дизайн костюма. – Ростов., 2000

25. Наталья Будур. История костюма.-М., 2002
26. Э. Б. Плаксина, Л. А. Михайловская, В. П. Попов. История костюма. Стили и направления. – М.: Академия, 2008.
27. Андреева А.Ю., Богомолов Г.И. История костюма. Эпоха. Стиль. Мода. СПб: «Паритет», 2001.
28. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: «Республика», «Культурная революция», 2006.
29. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры. М., 2003.
30. Вещь в японской культуре/ Сост. Н.Г. Анарина, Е.М. Дьяконова. М.: Вост.лит., 2003.
31. Дмитриева Н.А. Загадки мира моды. Очерки о культуре моды. Д.: Сталкер, 1998.
32. Захаржевская Р.В. История костюма: от античности до современности. – М., 2005.
33. Мерцалова М.Н. Костюм разных времен и народов.- М.: Академия моды, 2001.
34. Комиссаржевский Ф.Ф. История костюма.- М.: Астрель, 2005.
35. Володин Виктор. Мода и стиль. – М., 2006.
36. Элизабет Уилсон. Облаченные в мечты. Мода и современность.- М.: НЛО, 2012.
37. Эйлин Рибейро. Мода и мораль. – М.: НЛО, 2012
38. Стивен Гандл. Гламур. – М.: НЛО, 2011.
39. Ирина Блохина. Всемирная история костюма, моды и стиля.- М., 2010.
40. Терешкович Т.А. Словарь моды: Терминология, история, аксессуары. – М., 2009.
41. Гийом Эрнер. Жертвы моды. – М., 2011.
42. Александр Васильев. Красота в изгнании. – М., 2008.
43. Васильев А.А. Этюды о моде и стиле. – М.: Альпина нон-фикшн Глагол, 2011.
44. Васильев А.А. Судьба моды. – М.: Альпина нон-фикшн Глагол, 2011.
45. Андреева А.Н. Дизайнерские бренды в фэшн-бизнесе. – М., 2012.
46. Кирсанова Р. М. Костюм. Вещь и образ в русской художественной культуре 18-начала 20 века. – М., 1995
47. Вайнштейн О.Б. Денди: мода, литература, стиль жизни. – М.: Новое литературное обозрение, 2006.
48. Гейл К., Каур Я. Мода и текстиль: рождение новых тенденций.- М.: Гревцов Паблшер, 2009.
49. Готтенрот Ф. Иллюстрированная история стиля и моды с древнейших времен. – М.: Эксмо, 2009.
50. Ермилова Д.Ю. История домов моды.- М.: Academia, 2004.
51. Линч А., Штраусс М.Д. Изменения в моде: причины и следствия.- М.: Гревцов Паблшер, 2009.
52. Линч А., М.Д. Штраус. Мода и реклама. – М., 2008.
53. Паломо-Ловински Н. Мода и модельеры.- М.: Арт-Родник, 2011

54. Рожков И.Я., Кисмерешкин В.П. Бренды и имиджи. – М.: РИП-Холдинг, 2006.
55. Саме Жани. Высокая мода. – М.: Азбука-классика, 2010
22. Словарь моды Кристиана Диора. – М.: Слово, 2010.
56. Теория моды: Одежда. Тело. Культура. – М.: Новое литературное обозрение, вып. №19, 2011.
57. Шинкарук М. Мода и модельеры. – М.: Мир энциклопедий Аванта+Астрель, 2011
58. Тони Хайнс, Маргарет Брюс. Маркетинг в индустрии моды. Комплексное исследование для специалистов отрасли. – М., 2009
59. Тангейт Марк. Построение бренда в сфере моды: от Armani до Zara. – М., 2006
60. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М., 2005.
61. Сироткина И.В. Цветные продавцы, цветные покупатели. – М., 2005.
62. Килошенко М.И. Психология моды. – М., 2006.
63. Треверс-Спенсер С., Заман З. Справочник дизайнера по формам и стилям одежды. – М., 2009.
64. Марни Фог. Энциклопедия модных брендов. – М.: Эксмо, 2012.

#### **Дополнительная литература:**

1. Белоусова Татьяна Хороший вкус у вас в кармане. – Спб.: АСТ, Астрель, 2006.
2. Базыма Б. Психология цвета. Теория и практика. – М., 2005.
3. Шепель В.М. Управленческая антропология. Человеческая компетентность менеджера: Энциклопедия. – М.: Дом педагогики, 2000.
4. Энциклопедия современной женщины. Макияж. – М.: Внешсигма, Аст, 2000.
5. Венедиктова В.И. О деловой этике и этикете. М.: Правовая культура, 1994.
6. Формановская Н.И. Речевой этикет и культура общения. М.: ВШ, 1989.
7. Психология и этика делового общения под. – Ред. В. Н. Лавриненко М., Юнити, 2005.
8. Кузин. Ф. А. Культура делового общения. – М., Ось-89, 2004.
9. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб., 1999
10. Алехина И.В. Имидж и этикет делового человека. – М.: ЭНН, 1996.
11. Булыгина А.А. Этика делового общения. Курс лекций. – Новосибирск, 1995.
12. Сьюэлл К., Браун П. Клиенты на всю жизнь. – М.: Изд-во Манн, Иванов и Фербер, 2009.

Примерный перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации по дисциплинам программы в виде зачета в устной форме по дисциплине «Профессиональная терминология и материаловедение»:

1. Перечислите виды современного кроя и силуэтов.
2. Какие виды верхней одежды мужчин и женщин Вы знаете?
3. Перечислите основные названия видов юбки, блузок, платьев, брюк, жакетов
4. Назовите основные виды мужской и женской обуви.
5. Назовите основные виды мужских и женских головных уборов
6. Какие виды тканей являются традиционными? Выберите 2-3 вида традиционной ткани и дайте характеристику их свойств.
7. Какие виды тканей являются инновационными? Для каких целей и образов используется инновационный текстиль?
8. Назовите часто используемые в коллекциях одежды рисунки и орнаменты. Каковы модные тенденции сезона в выборе рисунка, орнамента?

## 7.9. Дисциплина «Стилистика. Создание индивидуального стиля» (106 ч.)

### 8.9.1. Содержание дисциплины «Стилистика. Создание индивидуального стиля.»

№ п/п	Наименование тем, трудоемкость, ч.	Кол-во часов	Содержание тем по видам аудиторных занятий и самостоятельной работы.
9.1.	Теория цветовой гармонии	4	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Теория цветовой гармонии и контрастов. Цвет и стиль. Сложные цветовые приемы в создании стильного образа. Контраст по цвету. Контраст светлого и темного. Контраст холодного и теплого. Контраст дополнительных цветов. Симультанный контраст. Контраст по насыщенности. Контраст по площади цветowych пятен (4 ак. часа)
9.2.	Композиция костюма.	4	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Основные способы гармоничного построения костюма. Понятие ритма, пропорции, симметрии и ассиметрии. Основные характеристики современных тканей и вариации костюмного образа. Модные тенденции (4ак. часа)
9.3	Элемент композиции - цвет	4	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Цвет как одно из основных способов выражения идеи композиции. Цвет в искусстве и цвет в костюме. Физическое и эмоциональное воздействие цвета. Теория цветowych пятен и цветowych сочетаний. Масштаб и соразмерность. Гармония тождества и гармония контраста (4ак. часа)
9.4	Элемент композиции – форма и фактура	4	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Форма (силуэт) костюма: история и современность. Взаимодействие и соответствие формы и фактуры как способ выражения стилевой идеи. Романтизм и конструктивизм и способы их формального выражения. Конструктивные и декоративные элементы

			<p>костюма. Мужское и женское в форме. Гендерная трансформация силуэтов и фактур. Ритмическая связь. Роль фактуры (4ак.часа)</p>
9.5	Элемент композиции - линия	4	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Изучение характера линии: энергичная, спокойная, вялая, твердая, мягкая, и др. Изучение характера формы: «устойчивая», «подвижная», «тяжелая», «легкая». Связь линии и фактуры. Понятие «стильной линии». Разбор характера линий на примерах работ художников. Примеры стильных линий в современных фотосессиях (4ак.часа)</p>
9.6	Элемент композиции - рисунок, орнамент	12	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Цвет и рисунок как элемент композиции. Создание композиционного центра. Возможности рисунка и орнамента в передаче разных стилевых идей. Типы рисунка и орнамента в структуре костюма. Исторические, этнические, флоральные, геометрические и пр. орнаменты. Анималистические принты. Влияние модных тенденций (4ак.часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Найти примеры разного вида композиционного использования рисунка и орнамента (на примере коллекций последнего сезона). Проанализировать стилевое решение и подготовить презентацию для клиента (или на основе своего образа) (4ак.часа).</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (4ак.часа)</p>
9.7	Элемент композиции - украшения	12	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Единство костюма и украшений. Цели и виды украшений. Возможности реализации разных стилевых решений. Мужской и женский образ: вариативность подходов. Адаптация к современности и повседневности. Модные тенденции (4ак.часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Найти примеры разного вида композиционного использования украшений (на примере коллекций последнего сезона). Проанализировать стилевое решение и подготовить презентацию для клиента (или на основе своего образа) (4ак.часа)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (4ак.часа)</p>
9.8	Классификация стилевых направлений	12	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Идея и истоки каждого стилевого направления. Основные виды стилевых направлений: драматическое, классическое, романтическое (два вида), натуральное, восточное. Особенности и характерные черты ведущих стилевых направлений. Взаимосвязь цвета, фактуры, формы кроя, рисунка (4ак.часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Классификация стилевых направлений. Определение стилевых направлений, методика «чтение по лицам». Журналы, приглашенные модели (4ак.часа)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (4ак.часа)</p>
9.9	Смешение	10	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Принципы смешения</p>

	стилей		<p>стилевых направлений. Соединение разностилевых вещей для выражения и реализации одной идеи. Гармония тождества и гармония контраста (4ак.часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Смешение стилевых направлений. Анализ приемов и способов смешения стилевых направлений на примере. Коллажи, презентация. Анализ собственного образа (4ак.часа)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.часа)</p>
9.10	Практика создания женского стильного образа	12	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Единство идей, направлений, черт. Структура женского стильного образа, художественные приемы в работе над стильным образом. Композиционные средства, стилевые прототипы. Вариативность подходов. Адаптация к современности и повседневности (бак.часа)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Практика создания стильного образа (на примере моделей). Работа с реальными моделями. Подготовка презентации для клиента по разработке индивидуального стиля (4 ак.часа)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.часа)</p>
9.11	Практика создания мужского стильного образа	14	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Единство идей, направлений, черт. Структура мужского стильного образа: крой, рисунки, шарфы, обувь, ремни, портфели, запонки, часы, бренды. Выбор стиля одежды в соответствии с типом внешности и социальной роли. Сорочки, виды воротников. Галстуки, виды узлов. Принципы подбора галстуков к сорочкам. Типы мужских костюмов. Когда допустимы, с чем носить, необходимые детали. Вариативность подходов. Адаптация к современности и повседневности (бак.часов)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Практика создания стильного образа (на примере моделей). Работа с реальными моделями. Подготовка презентации для клиента по разработке индивидуального стиля (бак.часов)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.часа)</p>
9.12	Ассоциативные образы. Работа с ассоциациями.	8	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Понятие ассоциаций и ассоциативного образа. Понятие архетипа. Связь с архетипам в искусстве и литературе. Вариативность и перспектива в образах. Перенос на человека основных характеристик ассоциативного образа. Ошибки и заблуждения при работе с ассоциациями. Учет индивидуального образного восприятия. Подобие как основа ассоциативного образа. Элементы формы для создания ассоциаций. Цвет, форма и линия в создании ассоциаций (4ак.часов)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Создание ассоциативного образа (на примере моделей). Работа с реальными моделями. Разработка идеи ассоциативного образа. Подготовка презентации для клиента (2ак.часа)</p>

			Содержание самостоятельной работы: повторение материала, работа с литературой (2ак. часа)
	Промежуточная аттестация	зачет	

### 7.8.2. Учебно - методическое и информационное обеспечение дисциплины «Стилистика. Создание индивидуального стиля»

#### Основная литература:

1. Беатрикс Изабель Лид Твой стиль. Книга для мужчин и женщин. – М., 1997.
2. Беляева-Экземплярская Моделирование одежды по законам визуального восприятия. Изд-во: Академия моды, 1996.
3. Бояринова С. Главные правила сочетания цветов. – М.: АСТ, Астрель, 2010.
4. Бушер Христель. Какой цвет вам к лицу. – М.: Издательство: Кристина & Со, 1997.
5. Гарсия Нина. 100 вещей идеального гардероба. – М.: Эксмо, 2011.
6. Гизела Ватерман, Франциска Цингель. Ваш неповторимый стиль. – М., 1997.
7. Гок Ван. Искусство стиля: Как великолепно выглядеть в одежде и без. – М.: Эксмо, 2008.
8. Ф. Стрижова. – М.: Дашков и К°, 2009.
9. Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. – Рн/Д.: Феникс, 2005.
10. Шепель В.М. Профессия имиджмейкер. – Рн/Д.: Феникс, 2008.
11. Литрис А. Цвет успеха. – М., 2007.
12. Бэйо Б. Быть неотразимой. Как скрыть недостатки и подчеркнуть достоинства любой фигуры. – М.: Астрель, 2011.
13. Джоллифф Кира. Гид по стилю. – М.: АСТ, 2010.
14. Пирас К., Ротцель Б. Библия моды и стиля. – М.: АСТ, 2010.
15. Джонс С. Fashion-дизайн. Все, что нужно знать о мире современной моды. – Питер, 2-12.
16. Белоусова Т. Мужской костюм. Полное руководство по подбору и эксплуатации. М М., 2012.
17. Руфф М. Философия элегантности. – М., 2012.
18. Фарамей П. Стиль успешных женщин. – М., 2007.
19. Эми де ла Хей. Стиль от А до Я. – М., 2012.
20. Козлова Т.В. Обувь и костюм. – М., 2012.
21. Стрижова А., Ушакова Н. Имиджелогия. – М., 2012.

#### Дополнительная литература:

1. Белоусова Татьяна Хороший вкус у вас в кармане. – Спб.: АСТ, Астрель, 2006.
2. Базыма Б. Психология цвета. Теория и практика. – М., 2005.



3. Горчакова В.Г. Имиджология: учеб. для гуманит. вузов / В.Г. Горчакова. – М.: Флинта, 2008.
4. Золотая книга этикета. – М.: Вече, 2006.
5. Короткова М.В. Культура повседневности. История костюма. – М.: Владос, 2002.
6. Латур Анни. Волшебники парижской моды. – М.: Этерна, 2009.
7. Макияж и визаж 21 века. Профессиональные приемы и методы. – М.: Омега, 2007.
8. 500 причесок и секреты макияжа. – М.: Внешсигма, Аст, 1999.
9. Формановская Н.И. Речевой этикет и культура общения. М.: ВШ, 1989.
10. Психология и этика делового общения под. – Ред. В. Н. Лавриненко М., Юнити, 2005.
11. Кузин. Ф. А. Культура делового общения. – М., Ось-89, 2004.
12. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб., 1999
13. Алехина И.В. Имидж и этикет делового человека.- М.: ЭНН, 1996.
14. Булыгина А.А. Этика делового общения. Курс лекций. - Новосибирск, 1995.
15. Сьюэлл К., Браун П. Клиенты на всю жизнь. – М.: Изд-во Манн, Иванов и Фербер, 2009.

Примерный перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации по дисциплинам программы в виде зачета в устной форме по дисциплине «Стилистика. Создание индивидуального стиля»:

1. Назовите основные принципы и приемы создания композиции в костюме. Покажите это на примере и поясните каждый их них.
2. Организующая роль цвета в композиции. Способы распределения цвета в костюме.
3. Каковы основные элементы формы, которые позволяют создавать гармоничную композицию в костюме. Связь современных форм костюма и исторических форм костюма.
4. Какие элементы кроя или отделки могут представлять собой единую вертикаль, какие - горизонталь? Для каких стилей такое характерно?
5. Определите эмоциональную выразительность костюма в соответствии с характером линии. Подберите примеры образного решения
6. Назовите основные стилевые направления во внешности и истоки их формирования в искусстве. Дайте характеристику одному (на выбор).
7. Основные способы стилизации и эклектики в создании образа. Какие стили можно смешивать. Подберите пример удачной эклектики.
8. Особенности создания стилевого образа у мужчин. Продемонстрируйте на примерах и объясните.

9. Выберите из предложенных образов классическое, романтическое и натуральное стилевое решение образа. Назовите сходство и отличия.
10. Выберите из предложенных образов драматическое, романтическое и натуральное стилевое решение образа. Назовите сходство и отличия.
11. Какие виды рисунков и орнаментов Вы знаете? Какую идею несет рисунок или его отсутствие для создания того или иного стилевого образа?
12. Назовите принципы работы с ассоциациями. Определите связь ассоциативного образа с архетипом.

## 9.10. Дисциплина «Основы создания личного бренда» (42 ч.)

### 9.10.1. Содержание дисциплины «Основы создания личного бренда»

№ п/п	Наименование тем, трудоемкость, ч.	Кол-во часов	Содержание тем по видам аудиторных занятий и самостоятельной работы.
10.1.	Личностный бренд: цели, задачи, идеи.	8	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Понятие личного бренда. Условия существования человека в социуме. Аутентичность обществу, среде, профессии. Цели и возможности личного бренда: самопрезентация, самомаскировка, управление впечатлением для достижения результата. Стереотипы общественного сознания. Личностный бренд: свобода или необходимость (4ак.ч.)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Подобрать пример успешного личного бренда и оценить каналы его воздействия на аудитории. Проанализировать цели и идею создания (2ак.ч.)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.ч.)</p>
10.2.	Бренд как соединение имиджа и репутации	8	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Психология имиджа. Имидж и репутация. Инструменты создания личного бренда в соответствии с профессиональными задачами. Имидж как эмоциональное впечатление и репутация как деятельность. Примеры успешного личного бренда в той или иной профессии (4ак.ч.)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Подобрать пример успешного личного бренда и оценить инструменты создания впечатления и успешной репутации. Представить в виде презентации (2ак.ч.)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.ч.)</p>
10.3	Бренд как целенаправленная информация для социума	8	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Структура коммуникационного процесса: объект, субъект, информация, каналы. Структура личного бренда: ситуативная модель, ролевая модель, культурные факторы. Спонтанный личный брендинг и сознательный. Каналы коммуникаций. Легенда бренда. Взаимосвязь одежды, речи и поведения (4ак.ч.)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Определить свою</p>

			структуру бренда и описать модель. Предложить наиболее эффективные каналы для распространения информации в соответствии с целями и задачами (2ак.ч.) <b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.ч.)
10.4	Основные техники для создания платформы бренда	8	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Коммуникационная платформа бренда. Набор ассоциаций. Архетип. Модель для систематизации и определения целевой аудитории бренда. Построение структуры личностного бренда: преимущества, выгоды, эмоции. Социальные сети, блоги, сообщества. Собрендинг. Повышение личной конкурентноспособности (4ак.ч.) <b>Содержание практического занятия:</b> Определить техники и способы создания бренда на основе выявления свойств личности и профессиональных задач. На примере известных медийных лиц и собственном (2ак.ч.) <b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2 ак.ч.)
10.5	Профессиональный стиль в одежде.	10	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Взаимосвязь одежды, речи и поведения. Деловой стиль в ситуации постмодерна. Степень консервативности костюма и степень проявления индивидуальности. Женский деловой стиль: классика и преодоление границ допустимого в современных модных коллекциях. Мужской деловой стиль как показатель изменения отношения к одежде, социальному статусу и гендерной роли (4ак.ч.) <b>Содержание практического занятия:</b> Деловой стиль и социальный образ (на примере). Определить свой профессиональный стиль. Подобрать одежду и аксессуары. Подготовить презентацию (4ак.ч.) <b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.ч.)
	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>зачет</b>	

### 7.10.2. Учебно - методическое и информационное обеспечение дисциплины «Основы создания личностного бренда»

#### Основная литература:

1. Андреева Г.М. Социальная психология. - М., 2004.- 365 с.
2. Андриенко Е.В. Социальная психология/ Под ред. В.А. Слостенина.- М.,2001.
3. МайерсД. Социальная психология / Д. Майерс ; Пер. с англ. З. Замчук. - 7-е изд. - СПб : Питер, 2004.
4. Хоган К. Эффективная коммуникация: 10 золотых правил делового и личного успеха. – М.: Рипол Классик, 2004.
5. Шарков Ф.И. Теория коммуникации (базовый курс). Учебник. – М.: РИП-холдинг, 2006.

6. Яковлев И.П. Ключи к общению. Основы теории коммуникации. – М.: Авалон, 2006.
7. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М., 2008.
8. Дик Улла. Эффективная коммуникация. Приемы и навыки. – М., 2007.
9. Пиз А. Язык жестов. М., Прогресс, 1995
10. Опалев А.В. Умение обращаться с людьми. М.: ЮНИТИ, 1996.
11. Сопер П. Основы искусства речи. – М., 1997.
12. Адлер М. Искусство говорить и слушать. – М., 2013.
13. Андреева Г.М. Социальная психология : Учебник для высших учебных заведений / Г. М. Андреева. - 4-е изд., испр. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2000.
14. Еникеев М.И. Социальная психология : Учебник для вузов / М. И. Еникеев. - М. : ПРИОР, 2000.
15. Клейтон Питер. Секреты языка тела. – М., 2004.
16. Крейдлин Г.Е. Мужчины и женщины в невербальной коммуникации. – М., 2005.
17. Формановская Н.И. Коммуникативный контакт. – М., 2012.
18. Мерманн Элизабет. Коммуникация и коммуникабельность. – М., 2007.
19. Подгурецки Юзеф. Социальная коммуникация. – М, 2006.
20. Ильин Е.П. Психология общения и межличностных коммуникаций. – Питер, 2013.
21. Аветесян Галина. Все! Меняю имидж. – М.: Ниола 21 век, 2001.
22. Берд П. Продай себя. Тактика совершенствования вашего имиджа. Минск, 1997.
23. Белобрашин В.Я., Белобрагин В.В. Некоторые вопросы формирования имиджологии как науки. Доклад на открытом заседании президиума АИМ. – М., 2004.
24. Блажнов Е. Имидж: секрет воздействия// Журналист. – 1994. – N1.
25. Гончарова Ирина. Имидж – ключ к успеху. – Рн/Д.: Феникс, 2011.
26. Горчакова Валентина. Имидж. Розыгрыш или код доступа? – Рн/Д.: Феникс, 2011.
27. Джеймс Джуди. Эффективный самомаркетинг. Искусство создания положи-тельного образа /Д. Джеймс: пер. с англ. – М.: Филинь, 1998.
28. Дресс-код. Путеводитель по деловому стилю для успешных мужчин / Ким Джонсон Гросс, Джефф Стоун. – М.: Эксмо, 2007.
29. Ковальчук А. С. Основы имиджологии и делового общения. Издательство: ФениксГод, 2004.
30. Михайлец Г.П. Практическая имиджология. Управляй своей репутацией. – М.: Вершина, 2008.
31. Орешкин В. Г. Тренинг формирования имиджа. 13 мастерских имидж-класса. – Спб.: Речь, 2008.
32. Панасюк В. А. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создать свой имидж. – М., 1998.
33. Спиллейн Мэри. Создайте свой имидж. – М.: Олма-пресс, 1996.

34. Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. – Рн/Д.: Феникс, 2005.
35. Шепель В.М. Профессия имиджмейкер. – Рн/Д.: Феникс, 2008.
36. Шарков Ф.И. Имидж фирмы. Технологии управления.- М., 2006.
37. Бреннен Л. Библия делового этикета. – М.: Рипол Классик, 2008. – 560с.
38. Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. – М.: ИМИДЖ-Контакт, 2003.
39. Денни Р. Есть контакт! Приемы деловых коммуникаций. – СПб: Питер, 2002.
40. Кверк Б. Создавая связи. Внутрикorporативные коммуникации в бизнес-стратегии. - М.: Вершина, 2006.
41. Льюис Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию. – М.: Дело, 2001.
42. Борисова Е.А. Эффективные коммуникации в бизнесе. – СПб: Питер, 2005.
43. Букша К.С. Управление деловой репутацией. Российская и зарубежная PR-практика. – М.: Вильямс, 2007.
44. Кривоносов А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. – СПб: Петербургское востоковедение, 2002.
45. Гуров Ф. Продвижение бизнеса в Интернет: все о PR и рекламе в сети. М, 2007.
46. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. – Екатеринбург: У-Фактория, 2004.
47. Кверк Б. Создавая связи. Внутрикorporативные коммуникации в бизнес-стратегии. - М.: Вершина, 2006
48. Медведева Е.В. Рекламная коммуникация. – М.: Эдиториал УРСС, 2008.
49. Спивак В.А. Современные бизнес-коммуникации. – СПб: Питер, 2002.
50. Уилкоккс Д.Л. Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ. – М.: КГ ИМИДЖ-Контакт / Инфра-М, 2004.
51. Шамшетдинова Р. Оценка эффективности рг-кампании: теоретический аспект / Р. Шамшетдинова. - Москва, 2006.
52. Марков. С. PR в России больше, чем PR. Технологии. Версии. Слухи / С. Марков. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2005.
53. Ситников, А. П. Самые успешные PR-кампании в мировой практике / А. П. Ситников, И. В. Крылов. - Москва: ИМИДЖ-Контакт, ИНФРА-М, 2002.
54. Душкина М.Р. PR и продвижение в маркетинге. Коммуникации и воздействие, технология и психология. – Питер, 2010.
55. Скотт Д.М. Новые правила маркетинга и PR. Как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем. – М., 2013.

56. Ших Клара. Эра Facebook. Как использовать возможности социальных сетей для развития вашего бизнеса. – М., 2010.
57. Далворт Майк. Социальные сети. Руководство по эксплуатации. – М., 2010.
58. Шарков Ф.И. Интегрированные PR-коммуникации. - М.: РИП-Холдинг, 2004.
59. Филипс Д. PR в интернете / Пер. с англ. И Гаврилова. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004.
60. Музыкант В. Формирование бренда средствами рекламы и PR. -М.: Экономистъ, 2004.
61. Ян В. Продвижение. Система коммуникации между предпринимателями и рынком. - М.: Гуманитарный центр, 2007.
62. Райе Э., Райе Л. Расцвет пиара и упадок рекламы: Как лучше всего представить фирму. - М : Изд-во АСТ; «Ермак», 2004.
63. Кафтанджиев Х. Гармония в рекламной коммуникации. – М., 2005.

#### **Дополнительная литература:**

1. Белоусова Татьяна Хороший вкус у вас в кармане. – Спб.: АСТ, Астрель, 2006.
2. Базыма Б. Психология цвета. Теория и практика. – М., 2005.
3. Горчакова В.Г. Имиджелогия: учеб. для гуманит. вузов / В.Г. Горчакова. – М.: Флинта, 2008.
4. Золотая книга этикета. – М.: Вече, 2006.
5. Короткова М.В. Культура повседневности. История костюма. – М.: Владос, 2002.
6. Латур Анни. Волшебники парижской моды. – М.: Этерна, 2009.
7. Макияж и визаж 21 века. Профессиональные приемы и методы. – М.: Омега, 2007.
8. 500 причесок и секреты макияжа. – М.: Внешсигма, Аст, 1999.
9. Шаляпин Ф.И. Маска и душа. – М., 1997.
10. Шепель В.М. Управленческая антропология. Человеческая компетентность менеджера: Энциклопедия. – М.: Дом педагогики, 2000.
11. Энциклопедия современной женщины. Макияж. – М.: Внешсигма, Аст, 2000.
12. Венедиктова В.И. О деловой этике и этикете. М.: Правовая культура, 1994.
13. Формановская Н.И. Речевой этикет и культура общения. М.: ВШ, 1989.
14. Психология и этика делового общения под. – Ред. В. Н. Лавриненко М., Юнити, 2005.
15. Кузин. Ф. А. Культура делового общения. – М., Ось-89, 2004.
16. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб., 1999
17. Алехина И.В. Имидж и этикет делового человека.- М.: ЭНН, 1996.

18. Булыгина А.А. Этика делового общения. Курс лекций. - Новосибирск, 1995.
19. Сьюэлл К., Браун П. Клиенты на всю жизнь. – М.: Изд-во Манн, Иванов и Фербер, 2009.

Примерный перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации по дисциплинам программы в виде зачета в устной форме по дисциплине «Основы создания личного бренда»:

1. В чем заключается смысл понятия личного бренда? В чем причина его актуальности для социума?
2. Перечислите основные и необходимые составляющие, по которым можно сделать вывод о наличии личного бренда.
3. Какие каналы коммуникации задействованы в создании личного бренда?
4. Каковы этапы создания личного бренда и выбор инструментов для каждого этапа?
5. Каким образом соединяется модный образ, стильный образ и социальный образ через позицию личного бренда?
6. Каковы основные способы влияния на социум и управление репутацией? Назовите примеры успешных и неуспешных личных брендов.
7. Принципы работы с социальным пространством через присутствие в прессе, в соцсетях, на сайте.
8. Назовите виды профессионального стиля и основные причины изменения регламентов в современности. Выберите профессию и предложите стилевое решение.
9. Каковы основные идеи индивидуального образного решения для профессионального стиля консервативной, коммуникативной и творческой сферы деятельности?

## **7.11. Дисциплина «Управление деловой репутацией: речь и коммуникации в социуме» (48 ч.)**

### **7.11.1. Содержание дисциплины «Управление деловой репутацией: речь и коммуникации в социуме»**

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование тем, трудоемкость, ч.</b>	<b>Кол-во часов</b>	<b>Содержание тем по видам аудиторных занятий и самостоятельной работы.</b>
11.1.	Социальный образ: стереотипы и индивидуальность	8	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Условия существования человека в социуме. Аутентичность обществу, среде, профессии. Цели и возможности имидж-технологий: самопрезентация, самомаскировка. Стереотипы общественного сознания. Социальные роли: свобода или необходимость. Психология имиджа (4ак.ч.)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Подобрать примеры</p>

			убедительного и неубедительного имиджа на примере медийных лиц. Определить признаки убедительности и неубедительности для восприятия широкой аудитории (2ак.ч.) <b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.ч.)
11.2.	Коммуникативные технологии в создании личного бренда	8	Особенности речевой коммуникации: голос как инструмент, его характеристики. Структура высказывания. Интонация и пауза. Языковые фильтры и барьеры. Трудности эффективного слушания. Кинестетика: жесты, походка, мимика и их связь с психологическими особенностями личности. Искусство «держать лицо». Жесты и их виды. Взгляд (4ак.ч.) <b>Содержание практического занятия:</b> Подготовить убеждающую речь для клиента по заранее смоделированной ситуации. Сделать анализ особенностей невербальной коммуникации и их проявления на собственном образе. Разработать костюм, соответствующий типу поведения (2ак.ч.) <b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.ч.)
11.3	Коммуникативная компетентность в социуме	8	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Коммуникационная способность: «я» и «другие». Фильтры коммуникации. Индивидуальные особенности ведения диалога. Внутренняя речь как подготовка к процессу общения. Смысл общения – получение нужной реакции. Правила нетворкинга. Психологическая несовместимость. Отсутствие взаимных симпатий/наличие антипатий. Возрастные и пр. барьеры, способы их преодоления (4ак.ч.) <b>Содержание практического занятия:</b> Межличностное взаимодействие. Коммуникационные барьеры. Разбор реальных речевых ситуаций на уровне социума. Трудности в общении и взаимодействие. Возможности выхода из трудных ситуаций (2ак.ч.) <b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.ч.)
11.4	Управление впечатлением: социальные сети и рекламный образ	8	<b>Содержание лекционного занятия:</b> Глобальное коммуникативное пространство. Уровни коммуникации и их синергетический характер в управлении впечатлением. Создание рекламного образа: за и против. Специфика общения в интернете. Отличия от традиционных СМИ. Каналы общения и их специфика. Идеальный, желаемый и реальный образ. Оценка сложившегося образа и способы его преобразования. Неоднозначность оценок (4ак.ч.) <b>Содержание практического занятия:</b> Основные формы интернет-коммуникаций. Анализ сайта, блога имиджмейкера. Достоинства и недостатки. Определение собственной стратегии (2ак.ч.) <b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой. <b>Содержание</b>



			<b>самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.ч.)
11.5	Выбор речевой «маски» и создание текстов	8	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Технологии эффективных коммуникаций в социальных сетях, блогах. Способы донесения и распространения информации. Выбор речевой «маски» с учетом целевой аудитории. Самопрезентация и продажа. Подготовка информации для заполнения сайта. Специфика текста. Жанровые особенности современного текста о моде, стиле, искусстве. Ключевые слова. Метод эпитетов. Качественный контент и обновляемость. Индивидуальность авторской позиции (4ак.ч.)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Разработать свою речевую «маску» с учетом выбранной целевой аудитории. Создать текст о моде и проанализировать его с позиции актуальности и интереса для большинства читающих Ваш сайт, блог, Инстаграмм (2ак.ч.)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.ч.)</p>
11.6	PR-технологии в управлении и продвижении	8	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Роль PR-технологий в «управлении впечатлением»: цель, аудитория, инструменты. Определение уровней восприятия. Комплексное использование PR-средств для продвижения личного бренда. Основные элементы процесса PR-коммуникаций: коммуникатор, PR-обращение, каналы коммуникации, барьеры восприятия. Стратегия и тактика PR-обращений. Технологии написания статей, пресс-релизов, выступлений. Вариант размещения PR-сообщений (4ак.ч.)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Разработка PR-стратегии для продвижения личного бренда (2ч). Деловая игра по созданию своей PR-стратегии как стилиста/имиджмейкера (2ак.ч.)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.ч.)</p>
	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>зачет</b>	

### 7.11.2. Учебно - методическое и информационное обеспечение дисциплины «Управление деловой репутацией: речь и коммуникации в социуме»

#### Основная литература:

1. Андреева Г.М. Социальная психология. - М., 2004.- 365 с.
2. Андриенко Е.В. Социальная психология/ Под ред. В.А. Сластенина.- М.,2001.
3. МайерсД. Социальная психология / Д. Майерс ; Пер. с англ. З. Замчук. - 7-е изд. - СПб : Питер, 2004.
4. Центр, 2007.
5. Непряхин Н.Ю. Гни свою линию: приемы эффективной коммуникации. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.

6. Хоган К. Эффективная коммуникация: 10 золотых правил делового и личного успеха. – М.: Рипол Классик, 2004.
7. Шарков Ф.И. Теория коммуникации (базовый курс). Учебник. – М.: РИП-холдинг, 2006.
8. Яковлев И.П. Ключи к общению. Основы теории коммуникации. – М.: Авалон, 2006.
9. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М., 2008.
10. Дик Улла. Эффективная коммуникация. Приемы и навыки. – М., 2007.
11. Пиз А. Язык жестов. М., Прогресс, 1995
12. Опалев А.В. Умение обращаться с людьми. М.: ЮНИТИ, 1996.
13. Сопер П. Основы искусства речи. – М., 1997.
14. Адлер М. Искусство говорить и слушать. – М., 2013.
15. Андреева Г.М. Социальная психология : Учебник для высших учебных заведений / Г. М. Андреева. - 4-е изд., испр. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2000.
16. Еникеев М.И. Социальная психология : Учебник для вузов / М. И. Еникеев. - М. : ПРИОР, 2000.
17. Клейтон Питер. Секреты языка тела. – М., 2004.
18. Крейдлин Г.Е. Мужчины и женщины в невербальной коммуникации. – М., 2005.
19. Формановская Н.И. Коммуникативный контакт. – М., 2012.
20. Мерманн Элизабет. Коммуникация и коммуникабельность. – М., 2007.
21. Подгурецки Юзеф. Социальная коммуникация. – М, 2006.
22. Ильин Е.П. Психология общения и межличностных коммуникаций. – Питер, 2013.
23. Аветесян Галина. Все! Меняю имидж. – М.: Ниола 21 век, 2001.
24. Берд П. Продай себя. Тактика совершенствования вашего имиджа. Минск, 1997.
25. Белобрашин В.Я., Белобрагин В.В. Некоторые вопросы формирования
26. Орешкин В. Г. Тренинг формирования имиджа. 13 мастерских имидж-класса. – Спб.: Речь, 2008.
27. Панасюк В. А. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создать свой имидж. – М., 1998.
28. Спиллейн Мэри. Создайте свой имидж. – М.: Олма-пресс, 1996.
29. Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. – Рн/Д.: Феникс, 2005.
30. Шепель В.М. Профессия имиджмейкер. – Рн/Д.: Феникс, 2008.
31. Шарков Ф.И. Имидж фирмы. Технологии управления.- М., 2006.
32. Бреннен Л. Библия делового этикета. – М.: Рипол Классик, 2008. – 560с.
33. Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. – М.: ИМИДЖ-Контакт, 2003.
34. Денни Р. Есть контакт! Приемы деловых коммуникаций. – СПб: Питер, 2002.

35. Кверк Б. Создавая связи. Внутрикorporативные коммуникации в бизнес-стратегии. - М.: Вершина, 2006.
36. Льюис Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию. – М.: Дело, 2001.
37. Лэйхифф Дж.М., Пенроуз Дж.М. Бизнес-коммуникации. Стратегии и навыки. – СПб: Питер, 2001.
38. Мирошниченко А.А. Бизнес-коммуникации. Мастерство делового общения. Практическое руководство. – Пермь: Книжный мир, 2008.
39. Мокшанцев Р.И. Психология коммуникации на переговорах. Учебное пособие. - Новосибирск: Сибирское соглашение, 2004.
40. Мосеенко Е.А., Чернышев М.А., Анопченко Т.Ю. и др. Коммуникации в бизнесе. Учебное пособие. – Ростов н/Д.: Феникс, 2007.
41. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. Учебное пособие. – СПб: Знание, 2005.
42. Петрова Ю.А. Культура и стиль делового общения. Как научиться правильно говорить. Учебно-практическое пособие. – М.: ГроссМедиа, 2007.
43. Стародубцев В.Ф. Деловое взаимодействие: путь к успеху (проблемы межкультурной коммуникации в сфере бизнеса и предпринимательства). Учебное пособие. – М.: Экономика, 2007.
44. Фишер Р., Юрии У., Патон Б. Переговоры без поражений. Гарвардский метод. – М.: Эксмо, 2006.
45. Бодуан Ж-П. Управление имиджем компании. Паблик рилейшнз: предмет и мастерство. – М.: ИМИДЖ-Контакт, 2001.
46. Борисова Е.А. Эффективные коммуникации в бизнесе. – СПб: Питер, 2005.
47. Букша К.С. Управление деловой репутацией. Российская и зарубежная
48. Кверк Б. Создавая связи. Внутрикorporативные коммуникации в бизнес-стратегии. - М.: Вершина, 2006
49. Медведева Е.В. Рекламная коммуникация. – М.: Эдиториал УРСС, 2008.
50. Спивак В.А. Современные бизнес-коммуникации. – СПб: Питер, 2002.
51. Уилкоккс Д.Л. Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ. – М.: КГ ИМИДЖ-Контакт / Инфра-М, 2004.
52. Шамшетдинова Р. Оценка эффективности рг-кампании: теоретический аспект / Р. Шамшетдинова. - Москва, 2006.
53. Марков. С. PR в России больше, чем PR. Технологии. Версии. Слухи / С. Марков. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2005.
54. Ситников, А. П. Самые успешные PR-кампании в мировой практике / А. П. Ситников, И. В. Крылов. - Москва: ИМИДЖ-Контакт, ИНФРА-М, 2002.
55. Душкина М.Р. PR и продвижение в маркетинге. Коммуникации и воздействие, технология и психология. – Питер, 2010.

56. Скотт Д.М. Новые правила маркетинга и PR. Как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем. – М., 2013.
57. Ших Клара. Эра Facebook. Как использовать возможности социальных сетей для развития вашего бизнеса. – М., 2010.
58. Далворт Майк. Социальные сети. Руководство по эксплуатации. – М., 2010.
59. Шарков Ф.И. Интегрированные PR-коммуникации. - М.: РИП-Холдинг, 2004.
60. Филипс Д. PR в интернете / Пер. с англ. И Гаврилова. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004.
61. Ян В. Продвижение. Система коммуникации между предпринимателями и рынком. - М.: Гуманитарный центр, 2007.
62. Райе Э., Райе Л. Расцвет пиара и упадок рекламы: Как лучше всего представить фирму. – М.: Изд-во АСТ; «Ермак», 2004.
63. Кафтанджиев Х. Гармония в рекламной коммуникации. – М., 2005.

#### **Дополнительная литература:**

1. Белоусова Татьяна Хороший вкус у вас в кармане. – Спб.: АСТ, Астрель, 2006.
2. Базыма Б. Психология цвета. Теория и практика. – М., 2005.
3. Горчакова В.Г. Имиджология: учеб. для гуманитар. вузов / В.Г. Горчакова. – М.: Флинта, 2008.
4. Золотая книга этикета. – М.: Вече, 2006.
5. Короткова М.В. Культура повседневности. История костюма. – М.: Владос, 2002.
6. Латур Анни. Волшебники парижской моды. – М.: Этерна, 2009.
7. Макияж и визаж 21 века. Профессиональные приемы и методы. – М.: Омега, 2007.
8. 500 причесок и секреты макияжа. – М.: Внешсигма, Аст, 1999.
9. Шаляпин Ф.И. Маска и душа. – М., 1997.
10. Шепель В.М. Управленческая антропология. Человеческая компетентность менеджера: Энциклопедия. – М.: Дом педагогики, 2000.
11. Энциклопедия современной женщины. Макияж. – М.: Внешсигма, Аст,
12. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб., 1999
13. Алехина И.В. Имидж и этикет делового человека.- М.: ЭНН, 1996.
14. Булыгина А.А. Этика делового общения. Курс лекций. - Новосибирск, 1995.
15. Сьюэлл К., Браун П. Клиенты на всю жизнь. – М.: Изд-во Манн, Иванов и Фербер, 2009.

Примерный перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации по дисциплинам программы в виде зачета в устной форме по дисциплине

«Управление деловой репутацией: речь и коммуникации в социуме»:

1. В чем суть имидж-технологий и кому они, в первую очередь, предназначены?
2. Назовите структуру коммуникационного процесса. Каких результатов можно ждать от всех этапов коммуникации?
3. В чем причина неуспешных и неэффективных коммуникаций в социуме? Что такое коммуникационные помехи и барьеры?
4. Какие коммуникативные техники Вы знаете? На каком основании необходимо делать выбор той или иной техники в общении и управлении?
5. Перечислите признаки и приемы убедительной речи. Какие средства Вы станете использовать в работе с клиентом?
6. Есть ли разница в коммуникации и в чем она состоит в работе с частным и корпоративным клиентом с позиции коммуникативных техник?
7. Что такое коммуникативная компетентность? В каких случаях, для каких целей и областей деятельности она необходима? Приведите пример.
8. Какие принципы и правила необходимо знать для управления впечатлением в соцсетях? Что является основанием для выбора приемов и правил?
9. Перечислите виды и цели PR-инструментов, способствующих развитию и продвижению деловой репутации. На каком основании будете делать выбор основных и необходимых?

## **7.12. Дисциплина «Профессиональное продвижение: практика работы с клиентами» (56 ч.)**

### **7.12.1. Содержание дисциплины «Профессиональное продвижение: практика работы с клиентами»**

№ п/п	Наименование тем, трудоемкость, ч.	Кол-во часов	Содержание тем по видам аудиторных занятий и самостоятельной работы.
12.1.	Психология одежды и психотипы.	10	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Индивид-личность-индивидуальность. Репрезентативные системы. Аудиал, визуал, кинестетик в системе коммуникаций. Иные примеры классификаций. Соотношение психотипов и стиля одежды. Психологизация личности и одежды. Мужское и женское начало как маркеры стиля поведения и стиля одежды. Эффекты общения (первичности, новизны, ореола, стереотипа) (4ак.ч.)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Психотипы. Определение психотипов. Составление «карты» личности. Разбор реальных ситуаций (4ак.ч.)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.ч.)</p>

12.2.	Проблемы межличностного взаимодействия	10	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Психологическая несовместимость. Отсутствие взаимных симпатий/наличие антипатий. Возрастные и пр. барьеры, способы их преодоления. Неспособность клиента быть самим собой. Аттракция и понимание. Диалог как суть процесса общения (4ак.ч.)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Межличностное взаимодействие. Коммуникационные барьеры. Разбор реальных ситуаций работы стилиста с клиентами. Трудности в общении и взаимодействие. Возможности выхода из трудных ситуаций (4ак.ч.)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.ч.)</p>
12.3	Особенности психологии работы с клиентом	10	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Основные трудности в работе с клиентом. Прояснение потребностей и истинного запроса клиента. Навык присоединения и активного слушания. Экологичность донесения своего видения стилового решения. Работа с возражениями и сопротивлением. Клиент=Партнер. Сопротивление-индикатор роста и изменений. Работа с обратной связью от клиента и выход на новый уровень взаимоотношений Стилист-Клиент. Создание долгосрочных партнерских отношений с клиентом (4ак.ч.)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Практика работы с клиентами. Разбор реальных ситуаций. Подготовка презентаций по проведению первой и последующих консультаций. Работа с реальными моделями по созданию индивидуального образа (4ак.ч.)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.ч.)</p>
12.4	Этапы и методы имидж-консультирования	10	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Цели и задачи имидж-консультаций. Подготовительный этап консультирования. Предварительный сбор информации о клиенте. Алгоритм проведения первой консультации. Использование определенной «маски» стилиста. «Настройка» на клиента. Методы и техники консультирования: убеждение, слушание, резюмирование, перефразирование, эмоционального внушения и пр. Процесс принятия информации от стилиста/имиджмейкера. Создание лукбука для клиента. Разработка визуального ряда. Работа в ТЦ (4ак.ч.)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Работа с клиентом на первой консультации. Моделирование реальной ситуации (4ч). Тема консультации. Список вопросов. Визуальный ряд. Самопозиционирование (4ак.ч.)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.ч.)</p>
12.5	Выявление целей и потребностей клиента	10	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Составление психологического портрета клиента. Умение читать невербальные знаки для составления портрета и стиля</p>

			поведения. Умение слушать. Разные виды слушания. Правильные вопросы: открытые и закрытые. Умение «читать» одежду. Выявление скрытых потребностей клиента. Работа по созданию образа с учетом задач клиента: личных и профессиональных (4ак.ч.) <b>Содержание практического занятия:</b> Составить психологический портрет клиента и предложить стилевое решение с учетом запроса клиента. Стратегическое позиционирование. Тактические приемы (4ак.ч.) <b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.ч.)
12.6	Маркетинг услуг профессионального стилиста	6	<b>Содержание практического занятия:</b> Разработать и сформировать перечень своих услуг. Определить ценовой диапазон в зависимости от целевой аудитории и уровня профессионализма. Анализ среды конкурентов. План маркетинговой стратегии и ее этапы ее реализации (4ак.ч.) <b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.ч.)
	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>зачет</b>	

### 7.12.2. Учебно - методическое и информационное обеспечение дисциплины «Профессиональное продвижение: практика работы с клиентами»

#### Основная литература:

1. Андреева Г.М. Социальная психология. - М., 2004.- 365 с.
2. Андриенко Е.В. Социальная психология/ Под ред. В.А. Слостенина.- М.,2001.
3. Мерманн Э. Коммуникация и коммуникабельность: практические рекомендации для открытой коммуникации. – Харьков: Гуманитарный Центр, 2007.
4. Непряхин Н.Ю. Гни свою линию: приемы эффективной коммуникации. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
5. Хоган К. Эффективная коммуникация: 10 золотых правил делового и личного успеха. – М.: Рипол Классик, 2004.
6. Шарков Ф.И. Теория коммуникации (базовый курс). Учебник. – М.: РИП-холдинг, 2006.
7. Яковлев И.П. Ключи к общению. Основы теории коммуникации. – М.: Авалон, 2006.
8. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М., 2008.
9. Дик Улла. Эффективная коммуникация. Приемы и навыки. – М., 2007.
10. Пиз А. Язык жестов. М., Прогресс, 1995
11. Опалев А.В. Умение обращаться с людьми. М.: ЮНИТИ, 1996.
12. Сопер П. Основы искусства речи. – М., 1997.
13. Адлер М. Искусство говорить и слушать. – М., 2013.

14. Андреева Г.М. Социальная психология : Учебник для высших учебных заведений / Г. М. Андреева. - 4-е изд., испр. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2000.
15. Еникеев М.И. Социальная психология : Учебник для вузов / М. И. Еникеев. - М. : ПРИОР, 2000.
16. Клейтон Питер. Секреты языка тела. – М., 2004.
17. Крейдлин Г.Е. Мужчины и женщины в невербальной коммуникации. – М., 2005.
18. Формановская Н.И. Коммуникативный контакт. – М., 2012.
19. Мерманн Элизабет. Коммуникация и коммуникабельность. – М., 2007.
20. Подгурецки Юзеф. Социальная коммуникация. – М, 2006.
21. Ильин Е.П. Психология общения и межличностных коммуникаций. – Питер, 2013.
22. Аветесян Галина. Все! Меняю имидж. – М.: Ниола 21 век, 2001.
23. Дресс-код. Путеводитель по деловому стилю для успешных мужчин / Ким Джонсон Гросс, Джефф Стоун. – М.: Эксмо, 2007.
24. Ковальчук А. С. Основы имиджологии и делового общения. Издательство: ФениксГод, 2004.
25. Михайлец Г.П. Практическая имиджология. Управляй своей репутацией. – М.: Вершина, 2008.
26. Орешкин В. Г. Тренинг формирования имиджа. 13 мастерских имидж-класса. – СПб.: Речь, 2008.
27. Панасюк В. А. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создать свой имидж. – М., 1998.
28. Спиллейн Мэри. Создайте свой имидж. – М.: Олма-пресс, 1996.
29. Шепель В.М. Имиджология: секреты личного обаяния. – Рн/Д.: Феникс, 2005.
30. Шепель В.М. Профессия имиджмейкер. – Рн/Д.: Феникс, 2008.
31. Шарков Ф.И. Имидж фирмы. Технологии управления.- М., 2006.
32. Бреннен Л. Библия делового этикета. – М.: Рипол Классик, 2008. – 560с.
33. Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. – М.: ИМИДЖ-Контакт, 2003.
34. Денни Р. Есть контакт! Приемы деловых коммуникаций. – СПб: Питер, 2002.
35. Кверк Б. Создавая связи. Внутрикорпоративные коммуникации в бизнес-стратегии. - М.: Вершина, 2006.
36. Льюис Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию. – М.: Дело, 2001.
37. Лэйхифф Дж.М., Пенроуз Дж.М. Бизнес-коммуникации. Стратегии и навыки. – СПб: Питер, 2001.
38. Мирошниченко А.А. Бизнес-коммуникации. Мастерство делового общения. Практическое руководство. – Пермь: Книжный мир, 2008.



39. Мокшанцев Р.И. Психология коммуникации на переговорах. Учебное пособие. - Новосибирск: Сибирское соглашение, 2004.
40. Мосеенко Е.А., Чернышев М.А., Анопченко Т.Ю. и др. Коммуникации в бизнесе. Учебное пособие. – Ростов н/Д.: Феникс, 2007.
41. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. Учебное пособие. – СПб: Знание, 2005.
42. Петрова Ю.А. Культура и стиль делового общения. Как научиться правильно говорить. Учебно-практическое пособие. – М.: ГроссМедиа, 2007.
43. Стародубцев В.Ф. Деловое взаимодействие: путь к успеху (проблемы межкультурной коммуникации в сфере бизнеса и предпринимательства). Учебное пособие. – М.: Экономика, 2007.
44. Фишер Р., Юрии У., Патон Б. Переговоры без поражений. Гарвардский Шамшетдинова Р. Оценка эффективности рг-кампании: теоретический аспект / Р. Шамшетдинова. - Москва, 2006.
45. Марков. С. PR в России больше, чем PR. Технологии. Версии. Слухи / С. Марков. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2005.
46. Ситников, А. П. Самые успешные PR-кампании в мировой практике / А. П. Ситников, И. В. Крылов. - Москва: ИМИДЖ-Контакт, ИНФРА-М, 2002.
47. Душкина М.Р. PR и продвижение в маркетинге. Коммуникации и воздействие, технология и психология. – Питер, 2010.
48. Скотт Д.М. Новые правила маркетинга и PR. Как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем. – М., 2013.
49. Ших Клара. Эра Facebook. Как использовать возможности социальных сетей для развития вашего бизнеса. – М., 2010.
50. Далворт Майк. Социальные сети. Руководство по эксплуатации. – М., 2010.
51. Шарков Ф.И. Интегрированные PR-коммуникации. - М.: РИП-Холдинг, 2004.
52. Филипс Д. PR в интернете / Пер. с англ. И Гаврилова. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004.
53. Музыкант В. Формирование бренда средствами рекламы и PR. -М.: Экономистъ, 2004.
54. Ян В. Продвижение. Система коммуникации между предпринимателями и рынком. - М.: Гуманитарный центр, 2007.
55. Райе Э., Райе Л. Расцвет пиара и упадок рекламы: Как лучше всего представить фирму. - М : Изд-во АСТ; «Ермак», 2004.
56. Кафтанджиев Х. Гармония в рекламной коммуникации. – М., 2005.

**Дополнительная литература:**

1. Белоусова Татьяна Хороший вкус у вас в кармане. – Спб.: АСТ, Астрель, 2006.

2. Базыма Б. Психология цвета. Теория и практика. – М., 2005.
3. Горчакова В.Г. Имиджелогия: учеб. для гуманит. вузов / В.Г. Горчакова. – М.: Флинта, 2008.
4. Золотая книга этикета. – М.: Вече, 2006.
5. Короткова М.В. Культура повседневности. История костюма. – М.: Владос, 2002.
6. Латур Анни. Волшебники парижской моды. – М.: Этерна, 2009.
7. Макияж и визаж 21 века. Профессиональные приемы и методы. – М.: Омега, 2007.
8. 500 причесок и секреты макияжа. – М.: Внешсигма, Аст, 1999.
9. Шаляпин Ф.И. Маска и душа. – М., 1997.
10. Шепель В.М. Управленческая антропология. Человеческая компетентность менеджера: Энциклопедия. – М.: Дом педагогики,
11. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб., 1999
12. Алехина И.В. Имидж и этикет делового человека.- М.: ЭНН, 1996.
13. Булыгина А.А. Этика делового общения. Курс лекций. - Новосибирск, 1995.
14. Сьюэлл К., Браун П. Клиенты на всю жизнь. – М.: Изд-во Манн, Иванов и Фербер, 2009.

Примерный перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации по дисциплинам программы в виде зачета в устной форме по дисциплине «Профессиональное продвижение: практика работы с клиентами»:

1. Какие классификации стилей поведения человека Вы знаете? Как связано поведение человека с его выбором одежды?
2. Назовите основные характеристики речи, жестов, мимики и одежде того или иного типа социального поведения
3. Какие тактики будете применять на консультации с тем или иным типом социального поведения?
4. Перечислите основные психотипы и дайте краткую характеристику каждому.
5. Какие этапы работы с клиентом Вы знаете и каким образом их нужно применять на практике в зависимости от цели и мотивации клиента?
6. Правила разбора гардероба клиента. Суть психологического взаимодействия и обратная связь.
7. Составьте шопинг-маршрут в зависимости от целей и финансовых возможностей клиента.
8. Особенности межличностного взаимодействия имиджейкера и клиента. Какие техника убеждений и аргументации Вы знаете?
9. Каковы приемы эффективной коммуникации с «трудными» клиентами?

10. Каким образом определить стоимость и набор услуг, как правильно выбрать позицию ценообразования и каким образом донести эту информацию клиенту?

### 7.13. Дисциплина «Интернет-продвижение» (32 ч.)

#### 7.13.1. Содержание дисциплины «Интернет-продвижение»

№ п/п	Наименование тем, трудоемкость, ч.	Кол-во часов	Содержание тем по видам аудиторных занятий и самостоятельной работы.
13.1.	Основные формы и специфика интернет-коммуникаций	6	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Глобальное коммуникативное пространство. Определение понятия. Уровни коммуникации и их синергетический характер. Структура и сегменты коммуникации в интернете. Специфика общения в интернете. Отличия от традиционных СМИ. Каналы общения и их специфика. Характеристика пользователей, мотивация (2ак.ч.)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Основные формы интернет-коммуникаций. Анализ сайта, блога имиджмейкера. Достоинства и недостатки. Определение собственной стратегии (2ак.ч.)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.ч.)</p>
13.2.	Определение целевой аудитории и индивидуальных задач продвижения.	6	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Специфика и состав целевой аудитории: профессиональный, ценностный, возрастной, половой и пр. Стереотипы восприятия и уровень индивидуализации. Определение уровня позиционирования и тактика позиционирования для продвижения. Инструменты продвижения товаров, услуг, личного бренда, их преимущества. Формирование устойчивого интереса и лояльности (2ак.ч.)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Определить свою целевую аудиторию по заданным параметрам и сформировать возможные пути продвижения и их реализацию. Разбор на конкретных реальных примерах сайтов, блогов стилистов/имиджмейкеров (2ак.ч.)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.ч.)</p>
13.3	Специфика работы с персональным сайтом и блогом.	6	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Создание и управление сайтом. Проектная деятельность. Необходимые составляющие успешного сайта. Качественный контент. Ключевые слова. Учет целевой аудитории. Самопрезентация и продажа. Соответствие внешности, речи и целям и задачам продвижения. Индивидуальный стиль и создаваемый внешний социальный образ. Методы привлечения активности и внимания к сайту. Блогосфера. Виды блогов, их предназначение и основные характеристики. Мировые блоги о</p>

			<p>моде, возможности и специфика. Свобода или ответственность. Процесс ведения блога. «Язык» и законы жанра. Клиентоориентированность (2ак.ч.)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Создание персонального сайта или блога. Создание главной страницы «виртуального» сайта или блога. Выбор целевой аудитории, перечень услуг, цветовое решение, контент-наполнение, дизайн (2ак.ч.)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (2ак.ч.)</p>
13.4	Инстаграм как универсальное средство продвижения	5	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Инстаграм как нишевое продвижение. Деление по типу пользователей и типу контента. SMM и маркетинговый канал для продвижения. Работа с определенной целевой аудиторией. Искусственное привлечение подписчиков. Платные публикации. Естественный способы раскрутки. Использование популярных хештегов, подписки и лайки, конкурсы, скидки и рубрики. Значимость визуального контента. Ограничения и лимиты для пользователей. Лидогенерация. Управление репутацией и обратная связь (2ак.ч.)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Разработать свою тему и выбрать способ и канал для продвижения. Определиться с ключевыми позициями по привлечению подписчиков. Разработать конкурс (2ак.ч.)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (1ак.ч.)</p>
13.5	Выбор композиционных, языковых и визуальных средств.	9	<p><b>Содержание лекционного занятия:</b> Технология ведения аккаунта: стратегия, идея, контент-план. Фото и видео: достоинства и возможности. Виды контента: лайфстайл и профессиональный. Хештеги. Уникальность. Описание. Выбор языковых средств с учетом контента, целевой аудитории и самопрезентации. Стилистическое единство фотоматериалов и описания. Дополнительные возможности (4ак.ч.)</p> <p><b>Содержание практического занятия:</b> Разработать технологию ведения аккаунта и выбрать тип контента для продвижения. Специфика подачи информации. Анализ содержания (4ак.ч.)</p> <p><b>Содержание самостоятельной работы:</b> повторение материала, работа с литературой (1ак.ч.)</p>
	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>зачет</b>	

### 8.13.2. Учебно - методическое и информационное обеспечение дисциплины «Интернет-продвижение»

#### Основная литература:

1. Андреева Г.М. Социальная психология. - М., 2004.- 365 с.

2. Андриенко Е.В. Социальная психология/ Под ред. В.А. Слостенина.- М.,2001.
3. МайерсД. Социальная психология / Д. Майерс ; Пер. с англ. З. Замчук. - 7-е изд. - СПб : Питер, 2004.
4. Социальная психология: хрестоматия /Сост.Е.П.Белинская, О.А.Тихомандрицкая. - М.: Аспект Пресс, 1999,2000,2008. - 463с.
5. Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации. – М.: Изд-во ЛКИ, 2007. – 112с.
6. Дик У. Эффективная коммуникация. Приемы и навыки. – Харьков:
7. Сопер П. Основы искусства речи. – М., 1997.
8. Адлер М. Искусство говорить и слушать. – М., 2013.
9. АндрееваГ.М. Социальная психология : Учебник для высших учебных заведений / Г. М. Андреева. - 4-е изд., испр. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2000.
10. ЕникеевМ.И. Социальная психология : Учебник для вузов / М. И. Еникеев. - М. : ПРИОР, 2000.
11. Клейтон Питер. Секреты языка тела. – М., 2004.
12. Крейдлин Г.Е. Мужчины и женщины в невербальной коммуникации. – М., 2005.
13. Формановская Н.И. Коммуникативный контакт. – М., 2012.
14. Мерманн Элизабет. Коммуникация и коммуникабельность. – М., 2007.
15. Подгурецки Юзеф. Социальная коммуникация. – М, 2006.
16. Ильин Е.П. Психология общения и межличностных коммуникаций. – Питер, 2013.
17. Аветесян Галина. Все! Меняю имидж. – М.: Ниола 21 век, 2001.
18. Берд П. Продай себя. Тактика совершенствования вашего имиджа. Минск, 1997.
19. Белобрашин В.Я., Белобрагин В.В. Некоторые вопросы формирования имиджологии как науки. Доклад на открытом заседании президиума АИМ. – М., 2004.
20. Блажнов Е. Имидж: секрет воздействия// Журналист. – 1994. – N1.
21. Гончарова Ирина. Имидж – ключ к успеху. – Рн/Д.: Феникс, 2011.
22. Горчакова Валентина. Имидж. Розыгрыш или код доступа? – Рн/Д.: Феникс, 2011.
23. Джеймс Джуди. Эффективный самомаркетинг. Искусство создания положи-тельного образа /Д. Джеймс: пер. с англ. – М.: Филинь, 1998.
24. Дресс-код. Путеводитель по деловому стилю для успешных мужчин / Ким Джонсон Гросс, Джефф Стоун. – М.: Эксмо, 2007.
25. Ковальчук А. С. Основы имиджологии и делового общения. Издательство: ФениксГод, 2004.
26. Михайлец Г.П. Практическая имиджология. Управляй своей репутацией. – М.: Вершина, 2008.
27. навыки. – СПб: Питер, 2001.

28. Мирошниченко А.А. Бизнес-коммуникации. Мастерство делового общения. Практическое руководство. – Пермь: Книжный мир, 2008.
29. Мокшанцев Р.И. Психология коммуникации на переговорах. Учебное пособие. - Новосибирск: Сибирское соглашение, 2004.
30. Мосеенко Е.А., Чернышев М.А., Анопченко Т.Ю. и др. Коммуникации в бизнесе. Учебное пособие. – Ростов н/Д.: Феникс, 2007.
31. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. Учебное пособие. – СПб: Знание, 2005.
32. Петрова Ю.А. Культура и стиль делового общения. Как научиться правильно говорить. Учебно-практическое пособие. – М.: ГроссМедиа, 2007.
33. Стародубцев В.Ф. Деловое взаимодействие: путь к успеху (проблемы межкультурной коммуникации в сфере бизнеса и предпринимательства). Учебное пособие. – М.: Экономика, 2007.
34. Фишер Р., Юрии У., Патон Б. Переговоры без поражений. Гарвардский метод. – М.: Эксмо, 2006.
35. Бодуан Ж-П. Управление имиджем компании. Паблик рилейшнз: предмет и мастерство. – М.: ИМИДЖ-Контакт, 2001.
36. Борисова Е.А. Эффективные коммуникации в бизнесе. – СПб: Питер, 2005.
37. Букша К.С. Управление деловой репутацией. Российская и зарубежная PR-практика. – М.: Вильямс, 2007.
38. Кривонос А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. – СПб: Петербургское востоковедение, 2002.
39. Гуров Ф. Продвижение бизнеса в Интернет: все о PR и рекламе в сети. М, 2007.
40. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. – Екатеринбург: У-Фактория, 2004.
41. Кверк Б. Создавая связи. Внутрикorporативные коммуникации в бизнес-стратегии. - М.: Вершина, 2006
42. Медведева Е.В. Рекламная коммуникация. – М.: Эдиториал УРСС, 2008.
43. Спивак В.А. Современные бизнес-коммуникации. – СПб: Питер, 2002.
44. Уилкоккс Д.Л. Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ. – М.: КГ ИМИДЖ-Контакт / Инфра-М, 2004.
45. Шамшетдинова Р. Оценка эффективности pr-кампании: теоретический аспект / Р. Шамшетдинова. - Москва, 2006.
46. Марков. С. PR в России больше, чем PR. Технологии. Версии. Слухи / С. Марков. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2005.
47. Ситников, А. П. Самые успешные PR-кампании в мировой практике / А. П. Ситников, И. В. Крылов. - Москва: ИМИДЖ-Контакт, ИНФРА-М, 2002.

48. Душкина М.Р. PR и продвижение в маркетинге. Коммуникации и воздействие, технология и психология. – Питер, 2010.
49. Скотт Д.М. Новые правила маркетинга и PR. Как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем. – М., 2013.
50. Ших Клара. Эра Facebook. Как использовать возможности социальных сетей для развития вашего бизнеса. – М., 2010.
51. Далворт Майк. Социальные сети. Руководство по эксплуатации. – М., 2010.
52. Шарков Ф.И. Интегрированные PR-коммуникации. - М.: РИП-Холдинг, 2004.
53. Филипс Д. PR в интернете / Пер. с англ. И Гаврилова. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004.
54. Музыкант В. Формирование бренда средствами рекламы и PR. -М.: Экономистъ, 2004.
55. Ян В. Продвижение. Система коммуникации между предпринимателями и рынком. - М.: Гуманитарный центр, 2007.
56. Райе Э., Райе Л. Расцвет пиара и упадок рекламы: Как лучше всего представить фирму. - М : Изд-во АСТ; «Ермак», 2004.
57. Кафтанджиев Х. Гармония в рекламной коммуникации. – М., 2005.

#### **Дополнительная литература:**

1. Белоусова Татьяна Хороший вкус у вас в кармане. – Спб.: АСТ, Астрель, 2006.
2. Базыма Б. Психология цвета. Теория и практика. – М., 2005.
3. Горчакова В.Г. Имиджелогия: учеб. для гуманит. вузов / В.Г. Горчакова. – М.: Флинта, 2008.
4. Золотая книга этикета. – М.: Вече, 2006.
5. Короткова М.В. Культура повседневности. История костюма. – М.: Владос, 2002.
6. Латур Анни. Волшебники парижской моды. – М.: Этерна, 2009.
7. Макияж и визаж 21 века. Профессиональные приемы и методы. – М.: Омега, 2007.
8. 500 причесок и секреты макияжа. – М.: Внешсигма, Аст, 1999.
9. Шаляпин Ф.И. Маска и душа. – М., 1997.
10. Шепель В.М. Управленческая антропология. Человеческая компетентность менеджера: Энциклопедия. – М.: Дом педагогики, 2000.
11. Энциклопедия современной женщины. Макияж. – М.: Внешсигма, Аст, 2000.
12. Венедиктова В.И. О деловой этике и этикете. М.: Правовая культура, 1994.
13. Формановская Н.И. Речевой этикет и культура общения. М.: ВШ, 1989.

14. Психология и этика делового общения под. – Ред. В. Н. Лавриненко М., Юнити, 2005.
15. Кузин. Ф. А. Культура делового общения. – М., Ось-89, 2004.
16. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб.,1999
17. Алехина И.В. Имидж и этикет делового человека.- М.: ЭНН, 1996.
18. Булыгина А.А. Этика делового общения. Курс лекций. - Новосибирск, 1995.
19. Сьюэлл К., Браун П. Клиенты на всю жизнь. – М.: Изд-во Манн, Иванов и Фербер, 2009.

Примерный перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации по дисциплинам программы в виде зачета в устной форме по дисциплине «Интернет-продвижение»:

1. Назовите те характеристики сайта, которые помогают наибольшему успеху в продвижении и коммуникации с аудиторией
2. Проанализируйте сайт имиджмейкера (на выбор) с точки зрения потребителя. Обоснуйте свои выводы.
3. Почему Инстаграмм становится основной площадкой для продвижения личного бренда? Какие виды Вы знаете?
4. Какие правила маркетинга и рекламы, оптимизации и продвижения необходимо знать, чтобы продвижение в сети стало эффективным инструментом?
5. Какие виды контента Вы знаете и что станете учитывать при выборе контента?
6. Специфика блогов и способа подачи материала в блогах.
7. Напишите текст новости или рекламный текст своих услуг для своего сайта.

## **9. Оценка качества освоения программы**

### **9.1. Форма итоговой аттестации**

Итоговая аттестация проводится в форме экзамена в устной форме. Итоговая аттестация проводится аттестационной комиссией и проходит в групповой форме. Процедура сдачи экзамена проходит публично в форме ответа на вопрос и обсуждения ответа.

К итоговой аттестации допускаются только слушатели, успешно прошедшие промежуточную аттестацию по всем дисциплинам программы.



По результатам успешного прохождения итоговой аттестации слушателям выдается диплом установленного образца об освоении программы профессиональной переподготовки с правом выполнения нового вида профессиональной деятельности в области «Имидж-консалтинг и fashion-styling».

**Примерный перечень вопросов для проведения итоговой аттестации в виде экзамена в устной форме:**

1. Основы колористики. Методики определения индивидуальной цветовой палитры.
2. Теория цветовой гармонии.
3. Типы мужских и женских фигур. Принципы визуальной коррекции
4. Рациональный гардероб. Теория и практика шопинга
5. Виды кроя, силуэта. Виды верхней одежды. Виды обуви и головных уборов
6. Виды тканей. Название рисунков и орнаментов
7. Мода как коммуникация. Модный образ
8. Мода как коммуникация. Модные показы.
9. Продвижение модного продукта. Лица и роли.
10. Мода как бизнес. Дизайнеры и бренды.
11. Мода как искусство. История и современность
12. Визуальный мерчендайзинг как инструмент продаж
13. Классификация брендов на основе разных признаков
14. Специфика разных сегментов модных товаров.
15. Портрет покупателя и «ореол» бренда. Изменение в структуре потребления.
16. История модных журналов. Знаменитые фотографы, модели и стилисты.
17. Виды fashion-фотографии. Анализ целевой аудитории.
18. Портфолио как инструмент продвижения услуг
19. Особенности командной работы стилиста, визажиста и фотографа.

20. Блогеры: роль и функции в структуре современной моды.
21. Цель, направленность и темы модного блога.
22. Визуальное оформление блога: цвет, композиция, фотографии.
23. Взаимодействие с дизайнерами, он-лайн и оф-лайн журналами и порталами.
24. Композиция костюма.
25. Элемент композиции - цвет.
26. Элемент композиции – форма и фактура.
27. Элемент композиции - линия.
28. Элемент композиции - рисунок, орнамент.
29. Элемент композиции - украшения.
30. Классификация стилевых направлений.
31. Смещение стилей.
32. Практика создания женского стильного образа.
33. Практика создания мужского стильного образа.
34. Ассоциативные образы. Работа с ассоциациями.
35. Личностный бренд: цели, задачи, идеи.
36. Бренд как соединение имиджа и репутации.
37. Основные техники для создания платформы бренда.
38. Профессиональный стиль в одежде.
39. Коммуникативные технологии в создании личного бренда.
40. Управление впечатлением: социальные сети и рекламный образ
41. PR-технологии в управлении и продвижении.
42. Психология одежды и психотипы..
43. Особенности психологии работы с клиентом.
44. Этапы и методы имидж-консультирования
45. Выявление целей и потребностей клиента
46. Маркетинг услуг профессионального стилиста
47. Основные формы и специфика интернет-коммуникаций
48. Определение целевой аудитории и индивидуальных задач продвижения

49. Специфика работы с персональным сайтом и блогом.
50. Инстаграм как универсальное средство продвижения

## **9.2. Оценочные материалы**

**Критерии оценки результатов промежуточной аттестации:** зачет в устной форме по тематике теоретических и практических занятий должен характеризоваться содержательной полнотой и точностью ответов, логичным изложением материала, пониманием материала, грамотной речью, умением донести суть работы до аудитории.

Оценка «отлично», если ответ слушателя показывает полноту освоенных знаний, умений, сформированность компетенций в полном объеме, способность творчески и осмысленно решать поставленные перед ним профессиональные задачи

Оценка «хорошо», слушатель показывает достаточно полное владение знаниями и умениями, предусмотренными программой, способен самостоятельно развивать сформированные компетенции в ходе профессиональной деятельности

Оценка «удовлетворительно», если слушатель демонстрирует частичное владение знаниями и умениями, допускает видимые и явные ошибки в анализе примеров и применения тех знаний, что необходимы для осуществления будущей деятельности

Оценка «неудовлетворительно», если слушатель не продемонстрировал освоение знаний, практических умений, способности к анализу и допустил серьезные ошибки в ответе на теоретические вопросы и при разборе практического задания.

## **10. Составитель программы**

Генеральный АНО ДПО «Высшая школа стилистики»

И.А. Гулиенко.