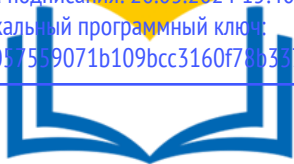


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ивлиев Тимур Юрьевич
Должность: Директор
Дата подписания: 20.03.2024 15:40:40
Уникальный программный ключ:
85c057559071b109bсс3160f78b337f0ba948b3c



109439, г. Москва, ул. Волгоградский проспект,
дом 138, корпус 3

Автономная некоммерческая организация
профессионального образования
«Интерколледж»
(АНО ПО «Интерколледж»)

тел. 8 (495) 379-01-62
Web-сайт: <http://intercollege.ru/>
e-mail: info@intercollege.ru

Рабочая программа профессионального модуля

ПМ.03 Создание имиджа, разработка и выполнение художественного
образа на основании заказа

МДК.03.01. Стандартизация и подтверждение соответствия

МДК.03.02. Основы маркетинга сферы услуг

МДК.03.03. Стилистика и создание имиджа

Специальность 43.02.13 Технология парикмахерского искусства

ОДОБРЕНА

Предметно-цикловой комиссией
дисциплин Технологии
парикмахерского искусства

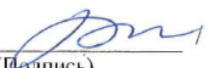
Рабочая программа профессионального модуля
разработана на основе Федерального государственного
образовательного стандарта среднего
профессионального образования по специальности
43.02.13 Технология парикмахерского искусства

Протокол № 4
от « 15 » декабря 20 23 г.

Председатель предметно-цикловой комиссии
дисциплин Технологии парикмахерского
искусства


(Подпись) / Л.П. Маркова
(Ф.И.О.)

Заместитель директора по учебно-
методической работе


(Подпись) / О.В. Данилина
(Ф.И.О.)

Составитель: Маркова Л.П.
Ф.И.О., ученая степень, звание, должность, место работы

Рецензент: Барсукова Н.А.
Ф.И.О., ученая степень, звание, должность, место работы

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	14
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	16

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 Создание имиджа, разработка и выполнение художественного образа на основании заказа

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.13 Технология парикмахерского искусства.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля студент должен освоить вид профессиональной деятельности **ВД 3 Создание имиджа, разработка и выполнение художественного образа на основании заказа** и соответствующие ему профессиональные компетенции:

1.2.1. Перечень общих компетенций

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

1.2.2. Перечень профессиональных компетенций

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

В результате освоения профессионального модуля студент должен:

Иметь практический опыт	Создавать имидж клиента на основе анализа индивидуальных особенностей и потребностей; выполнение конкурсных и подиумных работ в сфере парикмахерского искусства; разрабатывать концепцию художественных образов; анализировать рынок парикмахерских услуг;
-------------------------	---

	<p>продвижение профессиональных услуг и товаров; применение стандартов обслуживания.</p>
уметь	<p>Разрабатывать концепцию имиджа клиента; создавать имидж клиента на основе анализа индивидуальных особенностей и потребностей; разрабатывать и выполнять конкурсные и подиумные работы в сфере парикмахерского искусства; разработка концепции художественных образов; проводить предварительный опрос клиента и добиваться получения информативных ответов на все важные вопросы; поддерживать позитивный контакт с клиентом в течение всей процедуры; получать обратную связь от клиента до окончания процедуры; поддержание позитивного и дружелюбного отношения к клиенту; эффективные коммуникации с клиентами.</p>
знать	<p>Система стилей в парикмахерском искусстве; художественная система моделирования причесок и стрижек; тенденции моды в стилистике и технологиях парикмахерских услуг, в художественной творческой деятельности; принципы индивидуальной особенности и потребности потребителя, имиджа клиента; художественная система – выбор типажа, стилевая направленность, одежда, прическа, макияж; значение художественного образа в развитии парикмахерского искусства; особенности создания коллекции, подиумных и конкурсных работ; общие принципы разработки коллекции причесок; виды и технологические аспекты конкурсных и подиумных работ в сфере парикмахерского искусства; разработка эскизов, схем, обоснование технологии; важность изучения пожеланий клиента, проведения предварительного опроса, уточнения непонятных моментов; возможные способы и источники получения информации, на основе которой будет построено выявление потребностей клиента; подходящие формы и стили коммуникации с клиентами различных культур, возрастов, ожиданий и предпочтений; важность самоорганизации, таймменеджмента и самопрезентации – для того, чтобы клиент чувствовал себя комфортно; внешний вид мастера; базовые принципы успешной работы с клиентской базой; схемы проведения акций.</p>

1.3. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов – **726** часов

Из них на освоение МДК – **318** часов,

на практики, в том числе:

учебную – 72 часа;

производственную – 288 часа;

самостоятельная работа – 48 часов.

2. Структура и содержание профессионального модуля

2.1. Структура профессионального модуля ПМ.03. Создание имиджа, разработка и выполнение художественного образа на основании заказа.

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Суммарный объем нагрузки, час.	Занятия во взаимодействии с преподавателем, час					Самостоятельная работа
			Обучение по МДК			Практики		
			Всего	Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Учебная	Производственная практика (по профилю специальности)	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
ПК 3.4. ОК 01-10	Раздел 1. МДК.03.01. Стандартизация и подтверждение соответствия	46	36	—	—	—	—	10
ПК 3.4. ОК 01- 10	Раздел 2. МДК.03.02 Основы маркетинга сферы услуг	46	30	—	—	—	—	16
ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3. ОК 01- 10	Раздел 3. МДК.03.03. Стилистика и создание имиджа	634	252	200	—	72	288	22
ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3. ПК 3.4. ОК 01- 10	Производственная практика (по профилю специальности)	288						
	Всего:	726	318	200	—	72	288	48

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

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов
1	2	3
Раздел 1.		46
МДК. 03.01. Стандартизация и подтверждение соответствия		
Тема 1. Основы стандартизации. Тема 1.1. Сущность стандартизации и ее составляющие	Содержание 1. Значение стандартизации в профессиональной деятельности. 2. Цели и задачи стандартизации в России. 3. Основные направления развития стандартизации. Функции стандартизации. 4. Объекты стандартизации: понятие, классификация объектов, их определение 5. Субъекты стандартизации: организации, органы и службы.	4
Тема 1.2. Нормативные документы по стандартизации и их применение	Содержание 1. Виды нормативных документов, их определение. 2. Технические регламенты. 3. Стандарты: понятие, категории и виды.	6
Тема 1.3. Правовые основы стандартизации	Содержание 1. Федеральный закон «О техническом регулировании» 2. Закон РФ «О защите прав потребителей».	2
Тема 2. Подтверждение соответствия. Тема 2.1. Основы оценки соответствия	Содержание 1. Оценка соответствия, декларирование соответствия, сертификация 2. Задачи, объекты и субъекты подтверждения соответствия. 3. Формы подтверждения соответствия 4. Оценка соответствия, декларирование соответствия, сертификация 5. Задачи, объекты и субъекты подтверждения соответствия. 6. Формы подтверждения соответствия.	12
Тема 2.2. Качество продукции и услуг	Содержание 1. Показатели качества продукции и услуг. 2. Особенности сферы услуг. 3. Условия труда - назначение, виды, средства, методы, нормативно – правовую базу проведения контроля качества	6

	продукции и эстетических услуг профилактического ухода за внешностью человека.	
	4. Критерии и составляющие качества услуг.	
Тема 2.3. Идентификация парфюмерно– косметической продукции	Содержание 1. Понятие, виды, критерии, показатели парфюмерно-косметической продукции. 2. Методы идентификации парфюмерно-косметической продукции.	4
Зачет.		2
Самостоятельная работа 1. Подготовить доклад "История развития стандартизации" 2. Изучение нормативных документов по стандартизации применительно к сфере сервиса 3. Подготовить презентацию "Условия труда в области эстетических услуг"		10
Раздел 2. МДК.03.02 Основы маркетинга сферы услуг.		46
Тема 1 Основы менеджмента. Тема 1.1. Управленческие решения и коммуникации	Содержание 1. Предмет и сущность менеджмента на современном уровне. Направления менеджмента 2. Задачи менеджмента. 3. Эффективность менеджмента. Основные подходы менеджмента 4. Современные направления менеджмента 5. Внутренняя и внешняя среда организации 6. Функции менеджмента и их специфика в индустрии красоты. Структура планирования. Принципы планирования. Стратегическое и текущее планирование деятельности организации. 7. Миссия организации. Цели организации. Виды организационных структур и их влияние на эффективность деятельности в организации. Разновидности организационных структур. 8. Важность самоорганизации, таймменеджмента и самопрезентации. 9. Понятие управленческих решений Процесс принятия управленческого решения, как интеллектуальная деятельность руководителя 10. Технология разработки управленческих решений. 11. Распределение полномочий на принятие решений. Делегирование полномочий. Коммуникация в процессе принятия управленческого решения. 12.Классификация коммуникаций. 13. Межличностные коммуникации и возможные причины, препятствующие их эффективному проведению. 14. Современные технологии управления организацией. 12. Управление конфликтами и стрессами Коллектив как высшая и оптимальная форма группового взаимодействия. 13. Стили управления. Современные технологии управления организацией. Особенности управления персоналом в	12

	салоне красоты	
Тема 2. Основы маркетинга Тема 2.1. Современная концепция маркетинга услуг и сервиса	Содержание	4
	1. Понятие маркетинга.	
	2. Основные функции маркетинга в сфере услуг.	
	3. Рынок услуг в сфере красоты.	
	4. Исходные понятия маркетинга: нужды, потребности, запросы, товар и рынок.	
Тема 2.2. Система маркетинговых исследований	Содержание	2
	1. Информация как основа для принятия маркетинговых решений. Виды информации: первичная и вторичная	
	2. Основные направления маркетинговых исследований: рынок, конкуренты, потребители, товары, цены, каналы распределения, маркетинговые коммуникации.	
	3. Основные этапы процесса исследования	
	4. Сегментирование рынка. Признаки сегментации: географические, демографические, экономические, социальные, психографические	
	5. Критерии оценки сегмента.	
	6. Важность изучения пожеланий клиента, проведения предварительного опроса, уточнения непонятных моментов;	
	7. Возможные способы и источники получения информации, на основе которой будет построено выявление потребностей клиента	
8. Понятие позиционирования. Основания для позиционирования товара, услуги.		
Тема 2.3. Покупательское поведение и риски в индустрии красоты	Содержание	4
	1. Понятие качества товара, услуги с точки зрения потребителя и производителя.	
	2. Требования потребителя к товару, услуге.	
	3. Конкурентоспособность товара, услуги.	
	4. Маркетинговый подход к классификации товаров, услуг.	
	5. Жизненный цикл товара, услуги.	
6. Риски, связанные с разработкой и выводом нового товара, услуги на рынок.		
Тема 2.4. Цена в комплексе маркетинга сервисной организации	Содержание	2
	1. Цели ценообразования.	
	2. Классификация подходов к ценообразованию. Процедура назначения цены.	
	3. Соотношение цена / качество	
	4. Основные стратегии ценообразования, условия их применения.	
	5. Реакции предприятия на изменение цен конкурентов.	
6. Составление прейскуранта на услуги парикмахерских.		
Тема 2.5. Маркетинговые	Содержание	4
	1. Комплекс маркетинговых коммуникаций (реклама, публич-релейшнз, ярмарки и выставки, личные продажи,	

коммуникации	стимулирование сбыта.	2
	2.Реклама (товарная, корпоративная, социальная, институциональная, политическая).	
	3.Принципы и методы рекламной деятельности	
	4.Основные задачи рекламы. Виды, цели и средства рекламы.	
	5.Виды деятельности по формированию общественного мнения. Отношения со СМИ.	
	6.Стимулирование сбыта и продаж	
	7.формы и стили коммуникации с клиентами различных культур, возрастов, ожиданий и предпочтений;	
	8.Продвижение профессиональных услуг и товаров	
	9.Применение стандартов обслуживания;	
	10.Типовые стратегии стимулирования сбыта.	
	11.Управление процессом продаж.	
Зачет.		2
Самостоятельная работа.		16
1.Выполнить реферат по теме: Мероприятия целевого маркетинга для индустрии красоты. Развитие сферы сервиса в России .		
2.Определить факторы макросреды предприятий, оказывающих услуги в сфере красоты.		
3.Составить логическую схему темы «Поведение покупателей на рынке товаров. Процесс принятия решения о покупке» и/или ее отдельных элементов.		
4. Соотнести этапы процесса принятия решения о покупке с вашей недавней покупкой товара повседневного спроса и описать его.		
5.Выполнить реферат по теме: Методы и стратегии ценообразования в сфере индустрии красоты.		
6.Определить и объяснить, какие факторы необходимо учитывать, разрабатывая ценовую политику, если фирма планирует увеличить долю рынка и ориентируется на покупателей со средним уровнем дохода.		
МДК. 03.03. Стилистика и создание имиджа		274
Тема 1.1. Основы создания имиджа клиента на основе анализа индивидуальных особенностей и потребностей	Содержание	14
	1. Система развития стилей.	
	2.Особенности развития стиля и моды.	
	3. Художественная система моделирования причесок и стрижек.	
	4. Факторы формирования стиля и моды.	
	5. Тенденции моды в стилистике и технологиях парикмахерских услуг, в художественной творческой деятельности.	
	6. Принципы индивидуальной особенности и потребности потребителя, имиджа клиента	
7. Художественная система – выбор типажа, стилевая направленность, одежда, прическа, макияж.		
Тематика практических занятий и лабораторных работ		44
Определение принадлежность причесок к историческим эпохам, выполнение их стилизации.		
Разработка и выполнение причесок различных стилевых направлений XX-XXI в.в. на основе анализа журналов мод.		
Подбор материалов, анализ современных стилевых и модных направлений.		

	Разработка эскизов и схем причесок и стрижек актуальных модных направлений.	
	Разработка концепции имиджа клиента;	
	Создание имиджа клиента на основе анализа индивидуальных особенностей и потребностей;	
Контрольная работа		2
Тема 1.2. Художественные средства и способы создания имиджа клиента	Содержание	18
	1. Элементы облика	
	2. Индивидуальность и уникальность.	
	3. Критические точки внешности.	
	4. Психология образа.	
	5. Символика цвета. Цвет, характер, настроение. Цветовые типажи.	
	6. Психология цвета, его влияние на образ.	
	7. Стилевая и модная символика цвета в моде, причёске, макияже, одежде.	
	8. Понятие стиля и имиджа человека. Основные составляющие имиджа.	
	9. Система построения стиля и имиджа по профессии.	
Тематика практических занятий и лабораторных работ		52
Подбор форм причёсок и стрижек, с учетом индивидуальных особенностей клиента		
Определение цветового решения внешнего облика. Подбор цвета и выполнение на модели.		
Выбор стиля и типа имиджа для конкретного человека Графическое подтверждение выбора имиджа.		
Контрольная работа		2
Тема 1.3. Художественные средства и способы построения причёсок и стрижек с учетом облика человека	Содержание	10
	1. Соответствие причёски и стрижки внешнему облику, стилю, моде, назначению	
	2. Художественные средства построения. Композиция.	
	3. Технологические средства моделирования.	
	4. Роль причёски и макияжа в создании имиджа.	
	5. Художественная система – выбор типажа, стилевая направленность, одежда, причёска, макияж	
Тематика практических занятий и лабораторных работ		68
Выполнение повседневных нарядных причёсок с учетом имиджа клиента		
Выполнение причёсок зрелищного назначения		
Зачет		2
Тема 1.4. Особенности конкурсных и подиумных работ в сфере парикмахерского	Содержание	2
	1. Значение художественного образа в развитии парикмахерского искусства;	
	2. Особенности создания коллекции, подиумных и конкурсных работ	
	3. Общие принципы разработки коллекции причёсок;	
	4. Виды и технологические аспекты конкурсных и подиумных работ в сфере парикмахерского искусства;	
5. Разработка эскизов, схем, обоснование технологии.		

искусства	Тематика практических занятий и лабораторных работ	36
	Разработка и выполнение конкурсных причесок	
	Разработка и выполнение подиумных работ в сфере парикмахерского искусства;	
	Разработка концепции художественных образов	
	Выполнение работы на основе разработанной концепции и на основе анализа индивидуальных особенностей и потребностей клиента	
	Разработка и выполнение художественного образа на основании заказа.	
Зачет		2
Самостоятельная работа. 1. Работа с информационными материалами по подбору причесок и стрижек. 2. Выполнить презентации "Исторические стили в прическах" . 3. Работа с полиграфическими материалами – современные модные и стилевые направления в прическах и стрижках (доклад, реферат) 4. Работа над обликом: составление личного типажа телосложения, цветового решения с учетом психологии, характера (Выполнить презентацию) 5. Работа с дополнительной литературой по теме : основные составляющие облика – стиль, имидж (доклад и презентация) 6. Подбор материалов и графическое моделирование причесок различного назначения (портфолио в рисунках, фотографиях, схемах) 7. Посещение семинаров и конкурсов профессионального мастерства		22
Учебная практика Виды работ 1. Создание имиджа клиента на основе анализа индивидуальных особенностей и потребностей; 2. Выполнение конкурсных причесок; 3. Выполнение подиумных работ в сфере парикмахерского искусства; 4. Выполнение работы на основе разработанной концепции и на основе анализа индивидуальных особенностей и потребностей клиента; 5. Разработка и выполнение художественного образа на основании заказа		72
Производственная практика (по профилю специальности). Виды работ: 1. Создание имиджа клиента на основе анализа индивидуальных особенностей и потребностей; 2. Выполнение конкурсных причесок; 3. Выполнение подиумных работ в сфере парикмахерского искусства; 4. Выполнение работы на основе разработанной концепции и на основе анализа индивидуальных особенностей и потребностей клиента; 5. Разработка и выполнение художественного образа на основании заказа.		288
Всего		726

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет: гуманитарных и социально-экономических дисциплин, оснащенный оборудованием, техническими средствами: проектор; сканер; принтер; программное обеспечение общего и профессионального назначения; персональный компьютер для преподавателя; экран; мультимедийный проектор; телевизор; DVD(проигрыватель).

Лаборатории: постижерных работ и исторической прически, моделирования и художественного оформления прически, оснащенные в соответствии с п. 6.2.1. программы по специальности.

Мастерские: салон-парикмахерская, оснащенные в соответствии с п. 6.2.2. программы по специальности.

Оснащенные базы практики, в соответствии с п. 6.2.3 программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе.

3.2.1. Печатные издания

Раков А.В. и др., Стандартизация, сертификация в сфере услуг М.: Академия, 2004.

Лифиц И.М., Стандартизация, метрология и сертификация М.: Юрайт, 2007.

Мельников В.П. и др., Управление качеством М.: Академия, 2009.

Барышев А.Ф., Маркетинг, М: «Академия» 2010.

Каменева Н.Г., Поляков В.А., Маркетинговые исследования, М: ВЗФЭИ 2012.

Сара Уайт, Основы маркетинга, М: АСТ-Астрель 2013.

Т.А. Черниченко, И.Ю. Плотникова, Моделирование причесок и декоративная косметика, М. 2014.

В.Д. Корнеев, Моделирование и художественное оформление прически. М.2009.

Ханников А.А., Парикмахер-стилист: учебное пособие, ОАО «Московские учебники», Москва, «Феникс», Ростов-на-Дону, 2010.

Хаксевер Д. и др., Управление организацией в сфере услуг, СПб: Питер, 2003.

Бузов Н.И., Управление качеством, М.: Академия, 2009.

Котлер Ф., Основы маркетинга., М.: Прогресс, 1990.

Романович Ж.А, Калачев С.Л., Сервисная деятельность. Учебник. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков К», 2015

Резник Г.А., Маскаева А.И., Пономаренко Ю.С., Сервисная деятельность. Учебник., М.:ИНФРА-М, 2014э

Т.И. Беспалова, В. Гузь., Основы художественного проектирования прически. Специальный рисунок: учебник для нач. проф. образования. М.: Издательский центр «Академия», 2013.

А.В. Гузь, Т.И. Беспалова, Основы художественного проектирования прически. Специальный рисунок. Практикум: учебн. пособие для студ. сред. проф. образования. М.: Издательский центр «Академия», 2014.

Н.И. Панина, Основы парикмахерского дела: учеб. пособие. М.: Издательский центр «Академия», 2014.

Л. Романенко, Т. Тарасова., Прически, стрижки, маникюр, педикюр своими руками., М.: Эксмо, 2010.

3.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы)

<http://www.londa.ru/index.html>

<https://www.wella.com/ru-RU/home-pro.aspx>

<http://www.schwarzkopf.ru/>

<http://www.lorealprofessionnel.ru/>

<http://www.unicosm.ru/pro/>

<http://www.hairlight.ru>

<http://www.postig.jimdo.com>

<http://www.estel.pro>

<http://www.keune.ru>

<http://www.pivot-point.com>

Форум парикмахеров - режим доступа: www.parikmaher.net.ru;

Профессиональная Парикмахерская Газета - режим доступа: <http://gazeta-p.ru/>;

Форум Парикмахеров - режим доступа: <http://parikmaher.net.ru/>;

Форум парикмахеров - режим доступа: <http://www.hairforum.ru/>;

Портал индустрии красоты - режим доступа: <http://www.hairlife.ru>.

3.2.3. Дополнительные источники

Основы дизайна прически. Альбом плакатов. Профессиональное образование., М. 2014.

Периодические издания:

Журналы Hairs how;

Журналы Coiffure;

Журналы You Professional;

Журналы Dolores

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
<p>ПК 3.1. Создавать имидж клиента на основе анализа индивидуальных особенностей и его потребностей.</p> <p>ПК 3.2. Разрабатывать концепцию художественного образа на основании заказа.</p> <p>ПК 3.3. Выполнять художественные образы на основе разработанной концепции.</p> <p>ПК 3.4. Разрабатывать предложения по повышению качества обслуживания клиентов.</p> <p>ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам</p> <p>ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.</p> <p>ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.</p> <p>ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.</p> <p>ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.</p> <p>ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе общечеловеческих ценностей.</p> <p>ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.</p> <p>ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.</p> <p>ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке.</p> <p>ОК 11. Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере</p>	<p>Практический опыт - Оценка процесса Оценка результатов</p> <p>Умения - Оценка процесса Оценка результатов</p> <p>Знания - 75% правильных ответов</p>	<p>Лабораторная работа курсовая работа</p> <p>Экзамен Экспертное наблюдение выполнения практических работ</p> <p>Тестирование Ситуационные задачи</p>