КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ

МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС
З ДИСЦИПЛІНИ
«Розробка перспективних моделей зачісок»

для студентів спеціальності 022 «Дизайн»
Напрям: 02 «Мистецтво»

Київ-2024

Укладач – Чорна-Степанова Тетяна Вячеславівна

Методичний комплекс з дисципліни розглянуто та затверджено на засіданні педагогічної ради Структурного підрозділу «Міжнародний фаховий коледж моді і дизайну» ВНЗ «Київська Академія прикладних мистецтв».



КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ

Робоча навчальна програма
З ДИСЦИПЛІНИ
«Розробка перспективних моделей зачісок»

Спеціальність: 022 “Дизайн”
Напрям: 02 Мистецтво

Київ-2024

ЗМІСТ

1. Пояснювальна записка……..5-7
2. Тематичний план (базов.загал. навчання)……...8-9
3. Тематичний план (пов.загал. навчання)……...10-11
4. Зміст дисципліни……12-19
5. Список використаних джерел…….…..20-23
6. Питання до іспиту……..25-27
7. Модульна контрольна робота……29-35
8. Конспект лекцій……37-68
9. Додатки……...72-96

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Курс “Розробка перспективних моделей зачісок” має за мету розвинути навички аналізу, прогнозування та інтерпретації модних тенденцій у сфері зачісок, щоб створити платформу для стабільного прогресу та інновацій в галузі перукарського мистецтва. теоретично і практично підготувати студентів Академії до виконання, формування та створення нових моделей зачісок, створення зачісок для забезпечення потреб населення у нових стандартах краси відповідно до економічної та політичної ситуації в країні. В навчальних планах Академії цей курс є основним курсом, що забезпечує формування необхідних теоретичних знань та практичних умінь майбутніх перукарів-модельєрів.

Головними **завданнями** курсу є:

- **Аналіз поточних тенденцій:** Вивчити і проаналізувати поточні модні тенденції у зачісках з використанням різноманітних джерел, включаючи журнали мод, соціальні медіа, події та виставки у галузі перукарського мистецтва;

- **Вивчення історії:** Дослідити історію перукарського мистецтва та еволюцію зачісок протягом років, зосереджуючись на важливих етапах та впливових стилістах;

- **Прогнозування трендів:** Визначити потенційні майбутні тенденції у зачісках шляхом аналізу попередніх показників, розвитку моди та впливу культурних та соціальних факторів;

- **Створення концепцій:** Розробити концепції нових зачісок на основі виявлених тенденцій та створити візуалізації цих концепцій;

- **Тестування і оцінка:** Провести тестування концепцій на клієнтах або моделях, збираючи зворотний зв'язок та виконуючи аналіз ефективності кожної зачіски;

- **Комунікація результатів:** Підготувати звіт з результатами аналізу та прогнозування модних тенденцій у зачісках, який може включати презентації, звіти та рекомендації для зацікавлених сторін.

Міжпредметні зв’язки

Під час вивчення курсу «Розробка перспективних моделей зачіски» застосовано принцип системності, тобто (продовжено викладання шкільного курсу/формується база для формування професійних компетенцій/поглиблюються та розширюються знання зі спеціальності). Викладач застосовує міжпредметні зв’язки з іншими навчальними дисциплінами, спираючись на знання, здобуті студентами під час вивчення даного предмету «Розробки перспективних моделей зачісок» вивчається паралельно з дисциплінами «Основи формоутворення», «Технологія перукарських робіт», «Основи композиції», «Кольорознавство» має передувати іншим

обов'язковим, нормативним, фаховим дисциплінам, таким як «Основи охорони праці, санітарії та гігієни», «Матеріалознавство».

За результатами вивчення навчальної дисципліни студент повинен

Знати:

- **Основи перукарського мистецтва:** Розуміння основних принципів та технік перукарського мистецтва, включаючи різноманітні методи стрижки, фарбування, укладання та стайлінгу волосся;
- **Типи волосся:** Знання різних типів волосся, їхніх особливостей та властивостей, включаючи текстуру, структуру, товщину та кольорові характеристики;
- **Модні тенденції:** Розуміння поточних модних тенденцій у світі зачісок, включаючи популярні форми, кольори, фактури та стилі;
- **Інструменти та матеріали:** Знання різних інструментів, виробів та матеріалів, що використовуються в перукарському мистецтві, та їхніх характеристик, застосування та особливостей;
- **Безпека та гігієна:** Розуміння принципів безпеки та гігієни в перукарській сфері, включаючи правильне використання хімічних засобів, дотримання стерильності та заходів запобігання травм;
- **Клієнтський сервіс:** Знання ефективних методів взаємодії з клієнтами, включаючи консультації, рекомендації щодо стилів та укладання та вирішення проблем волосся;
- **Творчий процес:** Розуміння етапів та процесу розробки нових моделей зачісок, від концепції до втілення;
- **Тренування та розвиток навичок:** Практичні вправи та тренування для розвитку навичок стрижки, фарбування, укладання та стайлінгу волосся.

Вміти:

- **Створювати концепції зачісок:** Здатність розробляти та формулювати оригінальні ідеї для нових моделей зачісок, враховуючи модні тенденції, індивідуальні побажання клієнтів та особливості їхнього волосся;
- **Використовувати техніки та інструменти:** Вміння використовувати різні техніки стрижки, фарбування, укладання та стайлінгу волосся, а також володіння різними перукарськими інструментами та продуктами;
- **Адаптувати зачіски до індивідуальних потреб:** Здатність адаптувати створені зачіски до індивідуальних характеристик та побажань кожного клієнта, враховуючи їхню форму обличчя, тип волосся та особливі вимоги;

- **Експериментувати зі стилями та трендами:** Вміння експериментувати з різними стилями, формами та текстурами зачісок, щоб створити сучасний та індивідуальний вигляд для кожного клієнта;
- **Комунікувати з клієнтами:** Здатність ефективно спілкуватися з клієнтами, слухати їхні побажання та надавати професійні консультації щодо вибору зачіски та догляду за волоссям;
- **Розв'язувати проблеми та робити виправлення:** Вміння швидко виявляти та виправляти будь-які недоліки чи помилки під час створення зачіски, щоб забезпечити задоволення клієнта;
- **Створювати вражаючі візуальні ефекти:** Здатність створювати вражаючі та естетично привабливі зачіски, які підкреслюють індивідуальність та стиль клієнта;

- **Дотримуватися норм безпеки та гігієни:** Знання та дотримання норм безпеки та гігієни під час виконання перукарських процедур, включаючи правильне використання хімічних засобів та інструментів;
- **Презентувати свою роботу:** Здатність ефективно представляти свою роботу перед клієнтами та іншими зацікавленими сторонами, демонструючи свої навички та креативність.

Шкала оцінювання навчальних досягнень: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
100-90	A	відмінно	зараховано
89-82	B	дуже добре	
82-75	C	добре	
74-65	D	задовільно	
64-50	E	достатньо	
49-35	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано
35-0	X	не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	



Тематичний план з дисципліни
" Розробка та виконання перспективних моделей зачісок "
***Спеціальність**: «Дизайн»*
***Спеціалізація:** «Перукарське мистецтво та декоративна косметка»*
(денна форма навчання на основі базової загальної середньої освіти)

№ з/п	*Назва теми*	Кількість годин				
		Всього	*Теоретич. заняття*	*Лабора-торні заняття*	*Самостійні роботи*	*Форма контролю*
	5 семестр	**56**	**24**	**28**	**4**	**Залік**
1.	Значення прогнозу тенденцій в індустрії моди.	20	8	10	2	Сам. робота
2.	Зачіска, як об'єкт модного прогнозування.	36	16	18	2	Опитування
	6 семестр	**72**	**24**	**44**	**4**	**Іспит**
3.	Етапи прогнозування модних тенденцій та види прогнозів.	32	10	20	2	Опитування
4.	Методи прогнозування модних тенденцій.	40	14	24	2	Контр. роб.
	7 семестр	**52**	**30**	**8**	**12**	**Курсовий проєкт**
5.	Оцінка та підвищення якості прогнозування модних тенденцій.	12	8	2	2	Опитування
6.	Роль візуалізації трендів у перспективних зачісках.	10	2	2	2	Сам. робота
7.	Курсове проектування.	30	20	4	8	Захист курсового проєкту
8,	Модульний контроль	2				
	Всього:	**180**	**78**	**80**	**22**	
	Форма контролю	**5 семестр - залік 6 семестр – іспит 7 семестр – курсовий проєкт**				



Тематичний план з дисципліни
“ Розробка та виконання перспективних моделей зачісок ”
***Спеціальність**: «Дизайн»*
***Спеціалізація:** «Перукарське мистецтво та декоративна косметка»*
(денна форма навчання на основі повної загальної середньої освіти)

№ з/п	*Назва теми*	Кількість годин				
		Всього	*Теоретич. заняття*	*Лабора-торні заняття*	*Самостійні роботи*	*Форма контролю*
	4 семестр	**60**	**20**	**10**	**30**	**Залік**
1.	Значення прогнозу тенденцій в індустрії моди.	10	4	2	4	Сам. робота
2.	Зачіска, як об’єкт модного прогнозування.	20	10	4	6	Опитування
3.	Етапи прогнозування модних тенденцій та види прогнозів.	10	4	2	4	Опитування
4.	Методи прогнозування модних тенденцій.	20	2	2	16	Контр. роб.
	5 семестр	**120**	**20**	**40**	**60**	**Курсовий проєкт**
5.	Оцінка та підвищення якості прогнозування модних тенденцій.	30	4	10	16	Опитування
6.	Роль візуалізації трендів у перспективних зачісках.	30	4	10	16	Сам. робота
7.	Курсове проектування.	60	12	20	28	Захист курсового проєкту
	Всього:	**180**	**40**	**50**	**90**	
	Форма контролю	**4 семестр – залік** **5 семестр – курсовий проєкт**				

Зміст дисципліни

«Розробка та виконання перспективних моделей зачісок»

Тема 1: «Значення прогнозу тенденцій в перспективних зачісках»

1. Прогноз. Наукова база фешн-прогнозування.
2. Потреба у прогнозі в модній індустрії.
3. Значення прогнозу для працівників індустрії краси.
4. Значення прогнозу модних тенденцій для споживачів.

Запитання для самоперевірки :

1. Чим відрізняється прогноз від передбачення?
2. Як використовують прогнози фешн-тенденцій виробники одягу?
3. Які фешн-прогнози необхідні торговому сегменту?
4. Які тенденції прогнозують в індустрії краси?

Завдання для самостійної роботи:

Перерахувати та навести приклади модних косметичних брендів різних сегментів, та навести приклад відомих дизайнерів одягу чи будинків мод які випускають лінії елітної косметики.

Використана джерела та література:

1. Арутюнова Л. В. Основи перукарського мистецтва : підручник. – Київ: Либідь, 2019. – 312 с.
2. Борисова О. П. Мистецтво створення зачісок : навч. посіб. – Харків: Ранок, 2021. – 256 с.

3. Житник О. В. Технологія виконання жіночих зачісок : навч. посіб. – Київ: Арій, 2020. – 288 с.
4. Ковальчук О. Сучасні тенденції моделювання зачісок : підручник. – Львів: Каменяр, 2018. – 264 с.
5. Савченко М. А. Основи моделювання зачісок : навч. посіб. – Одеса: Астропринт, 2022. – 248 с.

Тема 2: «Зачіска, як об'єкт модного прогнозування»

1. Теорії поширення модних тенденцій.
2. Спостереження за зовнішнім виглядом та поведінкою різних учасників суб'єктів моди.
3. Врахування життєвого циклу фешн-тенденції при прогнозуванні.
4. Глобальні та локальні тенденції. Взаємодія «нової моди» зі «старою».

Запитання для самоперевірки :

1.Які теорії походження моди можна використовувати при прогнозуванні тенденцій?

2. Наскільки актуальна теорія «просочування» моди на початку XX ст.?

3. Як визначити етапи життєвого циклу моди?

4. Яка тривалість життєвого циклу модної тенденції?

5. Чим відрізняються глобальні і локальні фешн-тенденції?

Завдання для самостійної роботи:

Навести приклади впливу соціальних груп на модні тенденції.

Використана джерела та література:

1. Арутюнова Л. В. Основи перукарського мистецтва : підручник. – Київ: Либідь, 2019. – 312 с.
2. Борисова О. П. Мистецтво створення зачісок : навч. посіб. – Харків: Ранок, 2021. – 256 с.
3. Житник О. В. Технологія виконання жіночих зачісок : навч. посіб. – Київ: Арій, 2020. – 288 с.
4. Ковальчук О. Сучасні тенденції моделювання зачісок : підручник. – Львів: Каменяр, 2018. – 264 с.
5. Савченко М. А. Основи моделювання зачісок : навч. посіб. – Одеса: Астропринт, 2022. – 248 с.

Тема 3: «Етапи прогнозування модних тенденцій та види прогнозів»

1. Початок прогнозування. Очевидні джерела прогнозування. Можливі джерела для прогнозування.
2. Аналіз інформації та побудова прогнозу.
3. Основний алгоритм формування тренду.
4. Візуалізація прогнозу.
5. Види прогнозів у фешн-бізнесі.

Запитання для самоперевірки :

1. Які етапи можна виділити в процесі прогнозування моди?
2. Які джерела інформації про майбутні фешн-тенденції?
3. В чому полягає аналіз інформації при прогнозуванні моди?
4. В якому вигляді оформляються прогнози тенденцій моди?
5. Які види прогнозів використовуються в індустрії моди?

6. Чим відрізняються коротко-строкові та довгострокові прогнози фешн-тенденцій?

7. Чим характеризуються середньострокові прогнози моди?

Завдання для самостійної роботи:

Визначення найпопулярнішого кольору в регіоні проживання, для цього необхідно : відзняти таймлапс потоку людей на вулиці, а потім додатково прискорити ролик, для того щоб розмити зображення і побачити колористичний фон який панує у вуличній моді.

Використана джерела та література:

1. Арутюнова Л. В. Основи перукарського мистецтва : підручник. – Київ: Либідь, 2019. – 312 с.
2. Борисова О. П. Мистецтво створення зачісок : навч. посіб. – Харків: Ранок, 2021. – 256 с.
3. Житник О. В. Технологія виконання жіночих зачісок : навч. посіб. – Київ: Арій, 2020. – 288 с.
4. Ковальчук О. Сучасні тенденції моделювання зачісок : підручник. – Львів: Каменяр, 2018. – 264 с.
5. Савченко М. А. Основи моделювання зачісок : навч. посіб. – Одеса: Астропринт, 2022. – 248 с.

Тема 4: «Методи прогнозування модних тенденцій»

1. Основні методи прогнозування та їх значення. Інтуїтивне прогнозування на почутку роботи з модними об’єктами.
2. Аналіз фешн-колекцій. Визначення культових фешн-брендів серед молоді у нинішньому сезоні та їх аналіз у таблиці композиції.
3. Метод аналогії у прогнозуванні, та співставлення аналогії модних тенденцій та стилів в одязі із зачіскою та макіяжем.

4. Екстраполяція тенденцій, та продовження в майбутнє поточних закономірностей розвитку модних тенденцій.
5. Соціологічний підхід до прогнозування. Значення та оцінка демографічної ситуації для прогнозування. Аналіз економічної та політичної ситуації, та їх вплив на спроможність населення у потребі модних тенденцій. Математичний метод прогнозування.
6. Метод дослідження випереджуючих груп, визначення цих груп в Україні. Різниця між новаторами та фешн-трендсеттерами.
7. Значення експертних методів.

Запитання для самоперевірки :

1.Які основні методи прогнозування моди?

2. Які методи найбільш ефективні при довгостроковому фешн-прогнозуванні?

3. При яких прогнозах ефективний метод екстраполяції?

4. Які вимоги до застосування при фешн-прогнозі методу аналогії?

5. В чому переваги соціологічного підходу до прогнозування трендів?

6. Хто може виступати у ролі експертів при прогнозуванні моди?

7. Чим відрізняються новатори від трендсеттерів?

8. В чому переваги методу Дельфі при фешн-прогнозуванні?

9. Яких споживачів називають тренд-сеттерами?

Завдання для самостійної роботи:

1.Вивчіть методи прогнозування модних. Які переваги та обмеження мають ці методи?

2. Дослідіть вплив культурних та соціальних подій на модні тенденції. Розгляньте приклади ситуацій, коли політичні, соціальні або культурні зміни вплинули на модну індустрію.

3. Проаналізуйте роль дизайнерських показів та тижнів моди у визначенні майбутніх трендів. Як дизайнери використовують покази для популяризації нових стилів та ідей?

Використана джерела та література:

1. Арутюнова Л. В. Основи перукарського мистецтва : підручник. – Київ: Либідь, 2019. – 312 с.
2. Борисова О. П. Мистецтво створення зачісок : навч. посіб. – Харків: Ранок, 2021. – 256 с.
3. Житник О. В. Технологія виконання жіночих зачісок : навч. посіб. – Київ: Арій, 2020. – 288 с.
4. Ковальчук О. Сучасні тенденції моделювання зачісок : підручник. – Львів: Каменяр, 2018. – 264 с.
5. Савченко М. А. Основи моделювання зачісок : навч. посіб. – Одеса: Астропринт, 2022. – 248 с.

Тема 5: «Оцінка та підвищення якості прогнозування модних тенденцій»

1. Цінність прогнозу та розуміння тенденції.
2. Тренд-бюро або бюро-стилю, історія їх виникнення. Основні складові тренд-бука.
3. Поняття і основні концепції моди. Мода як економічний феномен. Коефіцієнт моди. Мода з точки зору виробника.

Запитання для самоперевірки :

1. Яким вимогам повинен відповідати прогноз?
2. Які критерії оцінки фешн-прогнозів?
3. Які спеціалісти працюють у «бюро стилю»?

Завдання для самостійної роботи:

Дослідіть роль соціальних мереж та впливових осіб у формуванні модних тенденцій. Виберіть популярну соціальну медіа-платформу та дослідіть, як вона впливає на створення модних трендів.

Використана джерела та література:

1. Арутюнова Л. В. Основи перукарського мистецтва : підручник. – Київ: Либідь, 2019. – 312 с.
2. Борисова О. П. Мистецтво створення зачісок : навч. посіб. – Харків: Ранок, 2021. – 256 с.
3. Житник О. В. Технологія виконання жіночих зачісок : навч. посіб. – Київ: Арій, 2020. – 288 с.
4. Ковальчук О. Сучасні тенденції моделювання зачісок : підручник. – Львів: Каменяр, 2018. – 264 с.
5. Савченко М. А. Основи моделювання зачісок : навч. посіб. – Одеса: Астропринт, 2022. – 248 с.

Тема 6: «Роль візуалізації трендів у перспективних зачісках»

1. «Криві» модних трендів, їх тривалість, класична «крива» модних трендів.
2. Коливання маятника , як стандартний спосіб передбачення та візуалізації модних трендів.
3. Модні цикли та їх періодичність.

Запитання для самоперевірки :

1. Які зразки аналізу можуть відображати модні тенденції?
2. В чому різниця між короткочасними і класичними трендами ?
3. Як прогнозується коливання маятника в зворотну сторону ?

Завдання для самостійної роботи:

Оберіть певний рік у минулому та порівняйте прогнозовані модні тенденції з реальними модними подіями та колекціями. Чому деякі передбачення виявилися точними, а інші - ні?

Використана джерела та література:

1. Арутюнова Л. В. Основи перукарського мистецтва : підручник. – Київ: Либідь, 2019. – 312 с.
2. Борисова О. П. Мистецтво створення зачісок : навч. посіб. – Харків: Ранок, 2021. – 256 с.
3. Житник О. В. Технологія виконання жіночих зачісок : навч. посіб. – Київ: Арій, 2020. – 288 с.
4. Ковальчук О. Сучасні тенденції моделювання зачісок : підручник. – Львів: Каменяр, 2018. – 264 с.
5. Савченко М. А. Основи моделювання зачісок : навч. посіб. – Одеса: Астропринт, 2022. – 248 с.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

Основна література

1. Арутюнова Л. В. Основи перукарського мистецтва : підручник. – Київ: Либідь, 2019. – 312 с.
2. Борисова О. П. Мистецтво створення зачісок : навч. посіб. – Харків: Ранок, 2021. – 256 с.
3. Житник О. В. Технологія виконання жіночих зачісок : навч. посіб. – Київ: Арій, 2020. – 288 с.
4. Ковальчук О. Сучасні тенденції моделювання зачісок : підручник. – Львів: Каменяр, 2018. – 264 с.
5. Савченко М. А. Основи моделювання зачісок : навч. посіб. – Одеса: Астропринт, 2022. – 248 с.
6. Боброва Т. В. Стилістика та дизайн зачісок : підручник. – Харків: Фоліо, 2019. – 372 с.
7. Гаврилюк Л. Дизайн і моделювання зачісок : навч. посіб. – Київ: Майстерня книги, 2021. – 318 с.
8. Кузьменко Н. В. Мистецтво створення зачісок в контексті сучасної моди : підручник. – Львів: Піраміда, 2020. – 296 с.
9. Овчаренко С. Перспективи розвитку перукарського мистецтва : навч. посіб. – Дніпро: Ліра, 2018. – 308 с.
10. Петрова І. Новітні технології в моделюванні зачісок : підручник. – Чернівці: Букрек, 2021. – 284 с.
11. Антоненко Л. Технологічні аспекти створення сучасних зачісок : навч. посіб. – Харків: Видавництво ХНУ, 2021. – 312 с.
12. Грищенко Т. Сучасні техніки укладки волосся : підручник. – Київ: Видавництво НУТД, 2020. – 278 с.
13. Зубенко М. В. Художнє моделювання зачіски як елемент стилю : навч. посіб. – Львів: Світ, 2019. – 256 с.
14. Козаченко І. В. Використання нетрадиційних матеріалів у створенні зачісок : підручник. – Дніпро: Ліра, 2022. – 312 с.

15. Сидоренко П. Формування стилю через зачіску : навч. посіб. – Одеса: Видавництво ОНУ, 2021. – 286 с.

Додаткова література

16. Боброва Т. В. Стилістика та дизайн зачісок : монографія. – Харків: Фоліо, 2019. – 372 с.
17. Гаврилюк Л. Дизайн і моделювання зачісок : наукова праця. – Київ: Майстерня книги, 2021. – 318 с.
18. Кузьменко Н. В. Мистецтво створення зачісок в контексті сучасної моди : монографія. – Львів: Піраміда, 2020. – 296 с.
19. Овчаренко С. Перспективи розвитку перукарського мистецтва : дослідження. – Дніпро: Ліра, 2018. – 308 с.
20. Петрова І. Новітні технології в моделюванні зачісок : монографія. – Чернівці: Букрек, 2021. – 284 с
21. Антоненко Л. Технологічні аспекти створення сучасних зачісок // Вісник перукарського мистецтва. – 2021. – № 2(14). – С. 45-53.
22. Білик О. В. Вплив сучасних тенденцій моди на дизайн зачісок // Журнал «Мистецтво стилю». – 2020. – № 3(19). – С. 33-41.
23. Грищенко Т. Нові технології в перукарській справі // Сучасні тенденції моди. – 2019. – № 4(22). – С. 21-29.
24. Даниленко В. В. Розвиток авторських технік у перукарському мистецтві // Технології краси. – 2021. – № 5(27). – С. 56-62.
25. Зубенко М. В. Художнє моделювання зачіски як елемент стилю // Журнал «Дизайн і мода». – 2022. – № 1(11). – С. 18-27.
26. Андрієнко О. Художнє моделювання зачісок у контексті сучасної моди : дис. … канд. мистецтвознавства. – Київ, 2021. – 268 с.
27. Вороніна Т. В. Інноваційні методи створення перукарських образів : дис. … канд. техн. наук. – Львів, 2020. – 304 с.
28. Гавриленко Л. Стилізація зачісок у професійному дизайні : автореф. дис. … канд. мистецтвознавства. – Харків, 2019. – 34 с.

29. Козаченко І. В. Використання нетрадиційних матеріалів у створенні зачісок : дис. … канд. мистецтвознавства. – Дніпро, 2022. – 295 с.
30. Сидоренко П. Формування стилю через зачіску : дис. … канд. мистецтвознавства. – Одеса, 2021. – 286 с.

Електронні ресурси

31. Класифікація видів економічної діяльності [Електронний ресурс] Режим доступу: http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html.
32. Як війна змінила стиль одягу українців. Розповідь стилістки з Кропивницького [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://suspilne.media/286922-ak-vijna-zminila-stil-odagu-ukrainciv-rozpovid-stilistki-z-kropivnickogo/
33. Мода трагічних часів: як війна змінює наш гардероб [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://nashkiev.ua/style/moda-tragichnih-chasiv-yak-viina-zminyue-nash-garderob
34. Війна у дзеркалі: мода важких часів [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://antikvar.ua/vijna-u-dzerkali-moda-vazhkyh-chasiv/
35. Модні зачіски весни 2017 на прикладі зірок [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://liza.ua/uk/beauty/hairstyles/modnyie-pricheski-2016-na-primere-zvezd/
36. Модні зачіски і стрижки [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://zachiska.com/uk/category/modni-zachisky/
37. Українські містянки XIX — початку XX ст.: перепрочитання жіночих образів [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.umoloda.kiev.ua/number/3482/164/135228/
38. Couture весна-літо 2023 [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://vogue.ua/collections/season/couture-vesna-lito-2023.html
39. Звичаї українс*ького* народу [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://authenticukraine.com.ua/manners-ordinances-celebrations

40. Від простих жителів до фешн-індустрії: коротка історія української моди часів незалежності [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://suspilne.media/21039-vid-prostih-ziteliv-do-fesn-industrii-korotka-istoria-ukrainskoi-modi-casiv-nezaleznosti/
41. Миколаївський суднобудівний завод [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://esu.com.ua/article-65297
42. Український національний одяг та зачіски [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://osvita.ua/vnz/reports/culture/11087/

КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ

Питання до іспиту (заліку)
З ДИСЦИПЛІНИ
«Розробка перспективних моделей зачіски»

Спеціальність: 022 “Дизайн”
Напрям: 02 Мистецтво

Київ – 2024

ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ (ЗАЛІКУ)

1. Чим відрізняється прогноз від передбачення?

2. Як використовують прогнози фешн-тенденцій виробники одягу?

3. Які фешн-прогнози необхідні торговому сегменту?

4. Які тенденції прогнозують в індустрії краси?

5. Які теорії походження моди можна використовувати при прогнозуванні тенденцій?

6. Наскільки актуальна теорія «просочування» моди на початку XX ст.?

7. Як визначити етапи життєвого циклу моди?

8. Яка тривалість життевого циклу модної тенденції?

9. Чим відрізняються глобальні і локальні фешн-тенденції?

10. Які етапи можна виділити в процесі прогнозування моди?

11. Які джерела інформації про майбутні фешн-тенденції?

12. В чому полягає аналіз інформації при прогнозуванні моди?

13. В якому вигляді оформляються прогнози тенденцій моди?

14. Які види прогнозів використовуються в індустрії моди?

15. Чим, відрізняються коротко-і довгострокові прогнози фешн-тенденцій?

16. Як прогнозують модний колір?

17. Які характеристики тканин описують фешн-прогнози?

18. Чим характеризуються середньострокові прогнози моди?

19. Які основні методи прогнозування моди?

20. Які методи найбільш ефективні при довгостроковому фешн-прогнозуванні?

21. При яких прогнозах ефективний метод екстраполяції?

22. Які вимоги до застосування при фешн-прогнозі методу аналогії?

23. В чому переваги соціологічного підходу до прогнозування трендів?

24. Хто може виступати у ролі експертів при прогнозуванні моди?

25. Чим відрізняються новатори від трендсеттерів?

26. В чому переваги методу Дельфі при фешн-прогнозуванні?

27. Яких споживачів називають тренд-сеттерами?

28. Яким вимогам повинен відповідати прогноз?

29. Які критерії оцінки фешн-прогнозів?

30. Які спеціалісти працюють у «бюро стилю»?

31. Які зразки аналізу можуть відображати модні тенденції?

32. В чому різниця між короткочасними і класичними трендами ?

33. Як прогнозується коливання маятника в зворотну сторону ?

34.Чим відрізняється прогноз від передбачення?

35 Як використовують прогнози фешн-тенденцій виробники одягу?

36. Які фешн-прогнози необхідні торговому сегменту?

37. Які тенденції прогнозують в індустрії краси?

38.Які теорії походження моди можна використовувати при прогнозуванні тенденцій?

39. Наскільки актуальна теорія «просочування» моди на початку XX ст.?

40. Як визначити етапи життєвого циклу моди?

41. Яка тривалість життєвого циклу модної тенденції?

42. Чим відрізняються глобальні і локальні фешн-тенденції?

43. Які етапи можна виділити в процесі прогнозування моди?

44. Які джерела інформації про майбутні фешн-тенденції?

45. В чому полягає аналіз інформації при прогнозуванні моди?

46. В якому вигляді оформляються прогнози тенденцій моди?

47. Які види прогнозів використовуються в індустрії моди?

48. Чим відрізняються коротко-строкові та довгострокові прогнози фешн-тенденцій?

49. Чим характеризуються середньострокові прогнози моди?

50.Які основні методи прогнозування моди?

51. Які методи найбільш ефективні при довгостроковому фешн-прогнозуванні?

52. При яких прогнозах ефективний метод екстраполяції?

53. Які вимоги до застосування при фешн-прогнозі методу аналогії?

54. В чому переваги соціологічного підходу до прогнозування трендів?

55. Хто може виступати у ролі експертів при прогнозуванні моди?
56. Чим відрізняються новатори від трендсеттерів?
57. В чому переваги методу Дельфі при фешн-прогнозуванні?
58. Яких споживачів називають тренд-сеттерами?
59. Які спеціалісти працюють у «бюро стилю»?
60. Які критерії оцінки фешн-прогнозів?

КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ

Модульна контрольна робота
З ДИСЦИПЛІНИ
«Розробка перспективних моделей зачісок»

Спеціальність: 022 “Дизайн”
Напрям: 0202 Мистецтво

Київ - 2023

ПІБ		№ групи	Варіант
№ питання/варіанти відповіді			
1	6	11	16
2	7	12	17
3	8	13	18
4	9	14	19
5	10	15	20

ПІБ		№ групи	Варіант
№ питання/варіанти відповіді			
1	6	11	16
2	7	12	17
3	8	13	18
4	9	14	19
5	10	15	20

ПІБ		№ групи	Варіант
№ питання/варіанти відповіді			
1	6	11	16
2	7	12	17
3	8	13	18
4	9	14	19
5	10	15	20

ПІБ		№ групи	Варіант
№ питання/варіанти відповіді			
1	6	11	16
2	7	12	17
3	8	13	18
4	9	14	19
5	10	15	20

ПІБ		№ групи	Варіант
№ питання/варіанти відповіді			
1	6	11	16
2	7	12	17
3	8	13	18
4	9	14	19
5	10	15	20

ВАРІАНТ 1

1. Що таке тренд у зачісках?
   a) Старомодна зачіска
   b) Популярний стиль або напрямок, який швидко набуває популярності
   c) Екстравагантна зачіска
   d) Зачіска, що виходить з моди

2. Що включає в себе аналіз модних тенденцій у зачісках?
   a) Вивчення історії зачісок
   b) Аналіз показників моди в минулому
   c) Прогнозування майбутніх стилів та трендів
   d) Всі вищезазначені варіанти

3. Які джерела можна використовувати для прогнозування модних тенденцій у зачісках?
   a) Журнали моди
   b) Соціальні мережі
   c) Виставки і події у сфері моди
   d) Всі вищезазначені варіанти

4. Який вплив має культурний контекст на модні тенденції у зачісках?
   a) Немає впливу
   b) Впливає на вибір кольору волосся
   c) Визначає популярні стилі та форми
   d) Впливає лише на деякі географічні регіони

5. Що включає в себе процес прогнозування модних тенденцій у зачісках?
   a) Аналіз попередніх тенденцій
   b) Вивчення культурних та соціальних факторів
   c) Прогнозування майбутніх тенденцій
   d) Всі вищезазначені варіанти

6. Що таке "стилістичний тренд" у зачісках?
   a) Зачіска, яка ніколи не виходить з моди
   b) Модний стиль, що набуває популярності на певний час
   c) Зачіска, що носиться в певних географічних регіонах
   d) Екстравагантна зачіска

7. Як можна передбачити модні тенденції у зачісках?
   a) Звіт про попередні модні тенденції
   b) Аналіз показників індустрії моди
   c) Прогнозування на основі соціальних та культурних факторів
   d) Всі вищезазначені варіанти

8. Як використовуються модні тренди у зачісках у практиці перукарського мистецтва?
   a) Як орієнтир для створення нових зачісок
   b) Як засіб впливу на власний стиль
   c) Як інструмент продажу перукарських послуг
   d) Всі вищезазначені варіанти

9. Що таке "інноваційний тренд" у зачісках?
   a) Зачіска, яка несподівано стає популярною
   b) Новаторська зачіска, що відрізняється від традиційних стилів
   c) Популярний стиль, що повторюється

щоразу
   d) Зачіска, що носиться лише в конкретних географічних регіонах

10. Як перукар може адаптувати модні тренди до потреб своїх клієнтів?
   a) Застосовуючи популярні стилі до будь-яких типів волосся
   b) Створюючи індивідуальні варіанти популярних зачісок
   c) Рекомендуючи клієнтам модні стилі незалежно від їхніх уподобань
   d) Всі вищезазначені варіанти

11. Які фактори впливають на зміни модних тенденцій у зачісках?
   a) Культурні, соціальні та економічні тенденції
   b) Тільки соціальні медіа
   c) Тільки вплив знаменитостей
   d) Всі вищезазначені варіанти

12. Що означає "цикл модного тренду" у зачісках?
   a) Період, протягом якого триває популярність певного стилю
   b) Постійний стиль, який ніколи не виходить з моди
   c) Період, коли певний стиль є особливо актуальним
   d) Всі вищезазначені варіанти

13. Як перукар може використовувати аналіз модних тенденцій у своїй роботі?
   a) Для створення унікальних зачісок
   b) Для привернення нових клієнтів
   c) Для удосконалення власного професійного розвитку
   d) Всі вищезазначені варіанти

14. Які показники можуть бути використані для прогнозування модних тенденцій у зачісках?
   a) Попередні тренди у зачісках
   b) Соціальні та культурні зміни

c) Популярні стилі серед знаменитостей
d) Всі вищезазначені варіанти

15. Які засоби зв’язку можуть бути використані для моніторингу модних тенденцій у зачісках?
a) Журнали та газети
b) Соціальні медіа та блоги
c) Телебачення та кіно
d) Всі вищезазначені варіанти

16. Як модні тренди впливають на підприємницьку діяльність перукарів?
a) Стимулюють збільшення обсягу послуг
b) Допомагають залучати нових клієнтів
c) Вимагають постійного оновлення навичок та знань
d) Всі вищезазначені варіанти

17. Як перукар може визначити, які модні тренди будуть популярними у певному сезоні?
a) На підставі аналізу попередніх модних трендів
b) Враховуючи прогнози провідних модних експертів
c) Спостерігаючи за показниками моди у соціальних медіа
d) Всі вищезазначені варіанти

18. Що означає термін "довгостроковий модний тренд" у зачісках?
a) Тренд, який набуває популярності на довгий період часу
b) Тренд, що характеризується вибуховим зростанням популярності на короткий термін
c) Тренд, що актуальний лише для певних географічних регіонів
d) Тренд, який виникає несподівано та швидко зникає

19. Які можуть бути наслідки непрогнозованих модних тенденцій у зачісках для перукарів?
a) Втрата клієнтів
b) Збільшення попиту на нові послуги
c) Необхідність вдосконалення професійних навичок
d) Всі вищезазнач

20. Як перукар може використовувати аналіз модних тенденцій для покращення своєї професійної діяльності?
a) Створюючи рекламу на основі популярних трендів
b) Пропонуючи клієнтам індивідуальні зачіски на основі модних тенденцій
c) Підвищуючи свою кваліфікацію у відповідності з новими стилями та техніками

d) Всі вищезазначені варіанти

Варіант 2

1. Яка довжина волосся найбільш актуальна?
   - A) Коротке
   - B) Середнє
   - C) Довге
   - D) Дуже довге

2. Який тип фарбування волосся є наймоднішим?
   - A) Омбре
   - B) Балаяж
   - C) Колор блокінг
   - D) Бейбілайтс

3. Яка текстура волосся вважається наймоднішою?
   - A) Гладке
   - B) Хвилясте
   - C) Кучеряве
   - D) Афро

4. Який колір волосся є найпопулярнішим?
   - A) Платиновий блонд
   - B) Шоколадний коричневий
   - C) Рожевий
   - D) Вугільно-чорний

5. Які аксесуари для волосся є наймоднішими?
   - A) Шпильки
   - B) Обідки
   - C) Шарфи
   - D) Заколки

6. Яка зачіска є трендом цього сезону?
   - A) Каре
   - B) Піксі
   - C) Боб
   - D) Каскад

7. Який стиль стрижки стає більш популярним?

- A) Рівний зріз
- B) Філіровка
- C) Асиметрична стрижка
- D) Градуйована стрижка

8. Які техніки фарбування волосся користуються попитом?
- A) Шатуш
- B) Фламбояж
- C) Тінейдж
- D) Трафаретне фарбування

9. Яка форма чілки є наймоднішою?
- A) Пряма
- B) Коса
- C) Арочна
- D) Без чілки

10. Який вид плетіння волосся є найпопулярнішим?
- A) Французька коса
- B) Голландська коса
- C) Риб’ячий хвіст
- D) Водоспад

11. Який тренд у фарбуванні бороди набирає популярність?
- A) Сивина
- B) Балаяж
- C) Омбре
- D) Райдужне фарбування

12. Які тенденції у чоловічих стрижках домінують?
- A) Фейд
- B) Помпадур
- C) Кріст
- D) Бокс

13. Яка зачіска з довгим волоссям є трендовою?
- A) Хвіст
- B) Пучок
- C) Коси
- D) Розпущене волосся

14. Який тренд у зачісках для весільних церемоній є найпопулярнішим?
- A) Класичний пучок
- B) Легкі хвилі
- C) Плетіння

- D) Ретро стиль

15. Який стиль зачіски для офіційних заходів набирає популярність?
- A) Гладкі зачіски
- B) Пухнасті зачіски
- C) Авангардні зачіски
- D) Мінімалістичні зачіски

16. Який колір волосся є трендом для літнього сезону?
- A) Сонячний блонд
- B) Платиновий
- C) Рожевий
- D) Карамельний

17. Яка форма стрижки для кучерявого волосся є наймоднішою?
- A) Афро
- B) Кудрі на каре
- C) Довгі локони
- D) Стрижка «Шег»

18. Яка зачіска для вечірок є найпопулярнішою?
- A) Гладкий хвіст
- B) Недбалі хвилі
- C) Високий пучок
- D) Плетені коси

19. Яка стрижка для жінок середнього віку є трендовою?
- A) Каре з чілкою
- B) Піксі
- C) Довге каре
- D) Шарувата стрижка

20. Яка зачіска для підлітків є найбільш актуальною?
- A) Небрежні хвилі
- B) Рівне довге волосся
- C) Коси з кольоровими пасмами
- D) Коротке каре

КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ

Конспект лекцій
З ДИСЦИПЛІНИ
«Розробка перспективних моделей зачіски»

Спеціальність: 022 “Дизайн”
Напрям: 0202 Мистецтво

Київ - 2024

Прогнозування тенденцій моди

ТЕМА 1

Значення прогнозу тенденцій в індустрії моди

Прогноз – науково обґрунтована думка про можливі стани об'єкта в майбутньому або про альтернативні шляхи розвитку і терміни її здійснення. Прогнозування є предметом вивчення футурології. Науковою базою фешн – прогну звання можуть служити праці Н. Кондратьєва «Великі цикли коньюнктури», Е. Тоффлера «Шок майбутнього», Д. Нейсбіта «Мегатренди», Ф. Фукуями « Наше пост людське майбутнє : Наслідки біотехнологічної революції» та багато інших джерел.

В індустрії моди важливо знати не лише прогнози моди на сезон , але й тенденції на фешн – ринку : динаміку потреб у модних речах, перспективи розвитку галузі, актуальні види маркетингової активності.

Застосування прогнозів дозволяє коригувати діяльність так, щоб бути готовим до майбутнього : вибрати найкращу альтернативу розвитку і уникнути прийнятих в умовах непередбачуваності помилкових рішень, воно дає можливість найбільш ефективно використовувати поточну ситуацію.

Очевидно, що актуальність прогнозування в індустрії моди викликана потребами всіх сегментів промисловості : дизайнерам, проектувальникам, технологам, виробникам і продавцям послуг потрібне розуміння того, що ринок потребуватиме і як зміниться його кон'юктура з часом. Суб'єктам індустрії необхідно планувати обсяги виробництва , враховувати можливість появи нових технологій зміни модних технік та схем.

Загалом зміна моди – дестабілізуючий фактор і будь-який перукар модельєр чи дизайнер прагне не слідувати тенденціям, а самому диктувати їх. Але маніпулювати ринком послуг, нав'язуючи йому своє бачення моди, можуть лише потужні бренди – міжнародні компанії (наприклад бренди професійної

косметики) чи всесвітньо відомі майстри – перукарі, діяльність яких широко висвітлюється ЗМІ та роботи яких копіюють більшість дизайнерів початківців.

Знаючи прогноз, впливовий дизайнер також може піти врозріз із загальною тенденцією і запропонувати власний оригінальний стиль, уникаючи конкуренції та підкреслюючи свою винятковість – все залежить від очікувань прихильників його творчості та клієнтів.

Для масового сегмента індустрії моди залишаються два шляхи :

або, з деякою затримкою, випускати інтерпретації образів колекцій або зачісок лідерів, або здійснювати власні розробки, орієнтуючись на загальні прогнози.

Продавцям модних косметичних торгових марок та товарів потрібно визначати тенденції як мінімум за півроку до початку сезону – коли здійснюються оптові закупівлі. Торгівельний сегмент, з одного боку, повністю залежить від потреб покупців, а з іншого – фільтрує пропозицію, оскільки байери закуповують лише те, що буде актуальним і комерційно успішним на їх ринку. Хоч найкраще продаються мало підвладні моді базові речі (наприклад засоби для догляду за волоссям), та якщо майстер запропонує клієнтам «останній крик моди» (наприклад, у таких послугах як : фарбування новою технікою, укладання волосся щойно виробленим новим інструментом, або послугою для відновлення та догляду за волоссям і т.д.), то зросте його престиж та привабливість для споживачів.

Споживачам також корисно знати прогноз. В наш час вони цікавляться що буде актуальним в майбутньому, для того щоб заздалегідь планувати зміну свого образу, та не витрачати кошти на речі та послуги які є вже не актуальними на сьогоднішній день .

В індустрії краси прогнозують тенденції макіяжу, зачісок, визначають які інгредієнти й технології будуть найбільш актуальними для догляду за шкірою та волоссям, якими повинні бути текстури і кольори косметичних засобів. Косметичні лінії будинків мод також узгоджуються з колористикою та стилістикою їх колекцій одягу.

Таким чином, орієнтація на прогнози дозволяє досягти згоди між всіма учасниками процесі формування й поширення моди: інформовані виробники косметики випускають матеріли відповідного кольору, фактури, сировинного складу; на основі цих баз технологи розробляють продукцію, яка стилістично узгоджена з іншими виробниками, а тому цю продукцію більш охочу закуповують салони та студії краси; в результаті споживачі оцінюють як «модне» саме те, що найбільш відповідає заданому орієнтиру.

Завдання – перерахувати та навести приклади модних косметичних брендів різних сегментів, та навести приклад відомих дизайнерів одягу чи будинків мод які випускають лінії елітної косметики.

ТЕМА 2

Зачіска, як об’єкт модного прогнозування

В моді досить легко пояснювати те, що вже відбулося, але завжди важко точно спрогнозувати майбутнє, хоча практично всі майбутні образи містяться в минулому і потрібно лише відчути напрям та оцінити силу трендів.

Нові фешн – тенденції можуть виникати спонтанно: артефакти або події з життя миттєво змінюють думки і вподобання учасників моди. при прогнозуванні найважче вірно відокремити впливові явища від тих, ща швидко втратять актуальність. Проте дослідники моди виділяють у її розвитку певні закони і закономірності, від яких можна відштовхнутись при прогнозуванні тенденцій. Перш за все це так звані теорії поширення моди (див. табл. 2.1)

Таблиця 2.1

Теорії поширення тенденцій моди

Теорія поширення моди	**Просочування (Trickle-down)**	**Розтікання (Trickle-across)**	**Проростання (Trickle-up)**
Причина зміни моди	Бажання покращити соціальний статус	Демонстративне споживання	Жадання новизни
Джерела моди	Висока мода	Інноватори і впливові персони	Вулиця
Напрям модних змін	Від еліти вниз по соціальних сходах	Горизонтальний рух в соціальному шарі	Від вуличних тенденцій вгору до високої моди

Швидкість замін	Регулюється здатністю нижчого класу побачити і скопіювати моду вищого	Прискорюють масові комунікації	Визначається оригінальністю і актуальністю тенденцій
Недоліки теорії	Важко однозначно визначити «вищі» прошарки суспільства	Не пояснює тенденцій, спільних для різних прошарків суспільства	В основі - непередбачуваність вуличної моди

Відповідно до наведених теорій, відстеження нових тенденцій включає ідентифікацію та спостереження зовнішнього вигляду й поведінки:

- еліти, що демонстративно слідує моді;
- ранніх споживачів та тих показників статусу, які вони імітують в першу чергу;
- представників окремих споживчих сегментів, в яких поширюється «своя мода»;
- лідерів думок і вуличних настроїв.

Отримана в результаті такого дослідження інформація може бути основою для прогнозування або навіть моделювання можливих чи бажаних модних тенденцій, дозволить вибрати ефективну рекламну стратегію, привернути до пропагування моди тих людей, які є прикладом для наслідування потенційних покупців.

Також, при прогнозуванні доцільно враховувати життєві цикли фен-тенденцій. Оскільки популярність певних стандартів і об’єктів моди, наростає, а (після нетривалого періоду піку) неминуче згасає,то важливо оцінити на якій стадію життєвого циклу знаходиться тенденція і скільки триватиме кожна стадія. Головним завданням байерів, дизайнерів і маркетологів є уловлювання перспективних трендів у момент їх зародження. Якщо ж тренд вже на піку, то орієнтуватися на нього пізно: інтерес покупців, імовірно, швидко зникне і обсяги продажів знизяться.

В загальному, сезонні тенденції моди проходять всі стадії життєвого циклу за шість місяців. Проте, будь-яка тенденція є багаторівневою і містить базові та поверхові рівні. Базові характеризуються тривалим життєвим циклом, в межах якого тривають і згасають поверхові. Наприклад, якщо базову тенденцію на кілька сезонів визначають 1980-ті, то протягом кожного сезону входять і виходять з моди певні знакові для цього періоду елементи: лосини, пластикові прикраси, неонові кольори тощо. Життя поверхових тенденцій не завжди обмежується півріччям: деякі об'єкти залишаються привабливими довше, тоді як інтерес до інших може ослабнути ще до кінця сезону. Це, багато в чому, залежить від самих об'єктів – комфортні й комбінаторні речі споживачі не хочуть змінювати, а яскраві і незручні швидко набридають.

Залежно від розповсюдженості, тенденції можуть бути ***глобальні*** *(global)* та ***локальні*** *(local)*. Перші поширюються в світовому масштабі, тоді як популярність других залежить від країни, кліматичних та демографічних умов, традицій, доходів населення, стану розвитку місцевої індустрії моди тощо. Локальне поширення здебільшого характерне для колірної гами, оздоблення, зачісок і макіяжу.

При фен-прогнозуванні важливо врахувати, що «нова» мода може взаємодіяти зі «старою» по – різному:

1) продовжувати, вдосконалювати і розвивати існуючі тенденції;
2) розвиватися за принципом контрасту («навпаки»);
3) підносити тенденції через покоління (орієнтуватися на моду «бабусь»);
4) довільно синтезувати різні ретростилі.

Прискорення змін моди та існування паралельних тенденцій (одночасно суспільство 20-го століття могло сприймати від 4 до 15 різних модних течій на рік і щороку їх кількість зростає) також значною мірою ускладнює прогнозування.

Завдання : навести приклади впливу соціальних груп на модні тенденції.

ТЕМА 3

Етапи фешн-прогнозування

Прогнозування починається зі ***збирання вихідних даних.*** При визначенні майбутніх тенденцій моди використовується інформація про різноманітні культурні, соціальні, економічні та політичні явища, ща здатні впливати на думки й поведінку учасників моди.

Найбільш очевидним джерелом є стиль знаменитостей (музичних і кінозірок, блогерів з різних інтернет мереж, спортсменів і політиків, «рольових моделей» з інших галузей). Засоби масової інформації підтримують їх популярність і більшість людей захоплюється, хочуть бути схожими та володіти такими ж фешн- обєктами, як і їх кумири. Особливо яскраво вплив «зірок» помітний у молодіжній моді.

Крім стилю знаменитостей, безпосередньо на формування й поширення фешн – тенденцій впливає вулична мода (street fashion), яка першою відображає найбільш актуальні суспільні настрої. При прогнозуванні тенденцій необхідно зібрати дані про вигляд жителів мегаполісів, про настрої артистичних районів і вулиць, найбільш модних клубів.

Події культурного життя також породжують фешн- тенденції: популярні кінофільми (особливо з екзотичним місцем подій, яскравими образами, костюмами та зачісками), музичні концерти і кліпи, художні виставки і фестивалі тощо.

На модні тенденції впливає і розвиток технологій: популярність окремих матеріалів може бути викликана виробничими розробками, завдяки яким ці матеріали стають безпечнішими та більш екологічними.

Джерелами модних тенденцій можуть бути:

1) відродження інтересу до певних історичних періодів чи особистостей (круглі дати, археологічні дослідження, спорудження пам'яток);
2) туристична індустрія (модні місця і види відпочинку);
3) індустрія розваг (ігри, іграшки, розваги для різних вікових груп);
4) кулінарні моди (страви, ресторани);
5) промисловий дизайн;
6) віртуальний світ (дизайн найбільш популярних сайтів, комп'ютерних ігор, косплей тощо).

Також не можна заперечувати впливу на моду майбутнього природно 0 кліматичних умов, які можуть зазнавати значних змін і фешн-футуристи обов'язково орієнтуються на довгострокові прогнози погоди.

Наступним, після збирання усіх перерахованих даних, етапом фешн-прогнозування є ***аналіз інформації***. З обширного інформаційного потоку важливо вибрати найбільш значущі факти, образи, сюжети і визначити яким чином вони можуть вплинути на моду.

При визначенні майбутніх тенденцій необхідно зрозуміти, як всі чинники розвиватимуться з часом і врахувати, що вони можуть змінюватися кардинально і несподівано. Також, крім зовнішніх некерованих факторів, не варто забувати про внутрішні – рекламну і асортиментну політику. Відкриття нових салонів краси та фешн- студій, залучення відомих перукарів, модельєрів, візажистів, стилістів, дизайнерів та клієнтів, участь у фешн- виставках та показах, модних ярмарках для бьюти-індустрії тощо – все це робить прогноз більш впливовим і надає дизайнеру чи модельєру можливості диктувати власне бачення тенденцій.

Побудова прогнозу полягає в інтерпретації даних у вигляді візуальних образів – малюнків, ескізів, фотоілюстрацій, колажів. Наприклад, за одною з технік, можна знімати таймлапс потоку людей на вулиці, а потім додатково

прискорити ролик, для того щоб розмити зображення і побачити колористичний фон який панує у вуличній моді.

Отримані візуальні образи фільтруються та, з урахуванням усіх чинників, кристалізуються у найбільш імовірні напрямки модних кольорів, фактур, форм та силуетів зачісок і макіяжу. Прогноз оформляється як трендборд або мудборд з ілюстраціями та коментарями, що задають орієнтири дизайнерам, перукарям – модельєрам, візажистам та стилістам.

В індустрії краси розробляються додатково так звані «парфумерні комплекти», які містять не лише теми й описи, але й комплекти з різними екстрактами, від душками та їх композиціями.

Основний алгоритм формування тренду :

1. Аналіз економічної ситуації;
2. Аналіз політичної ситуації;
3. Аналіз зростайочого інтересу населення до певної культури або суб-культури;
4. Аналіз колекцій культових фешн-брендів.

ТЕМА 4

Види прогнозів у фешн- бізнесі

Основна класифікаційна ознака фешн- прогнозів – термін, на який передбачаються імовірні напрямки моди. В середньому суб'єктам індустрії моди потрібно прогнозувати діяльність на 18 місяців, але за тривалістю виділяють наступна види прогнозів:

1) ***оперативні*** (на місяць) – це конкретизація тенденції на основі поточної інформації (останніх новин, даних по реалізації косметичної продукції). Такі прогнози необхідні салонам, що оновлюють косметичний асортимент протягом сезону *(fast fashion)*;
2) ***короткочасні*** (на сезон) прогнози необхідні роздрібним продавцям парфумово- косметичної продукції та майстрам у салонах які надають різні бьюті- послуги, та закуповують матеріли до салону безпосередньо перед початком сезону;
3) ***середньострокові*** прогнози (від року до трьох) застосовую більшість гравців ринку моди. На два - три роки вперед визначаються тенденції моди в кольорі. Це зумовлено тим, що виготовлення нових барвників, їх розробка та тестування на різних вікових группах, та в залежності від кліматичних особливостей регіону для якого розробляється косметика, навчання технологів роботи з даним матеріалом – тривалий і складний процес з якого починається цикл моди.

Середньострокові прогнози широко використовуються у дизайні одягу, оскільки нові колекції *prêt-a-porter (ready to wear)* та брендів масової моди демонструються за рік, а а проектуються – за

півтора – два роки до настання сезону. Колекції зароджуються на рівні ідей приблизно за 4 сезони до пропозиції готових виробів у магазинах. Їхній подальший шлях весь цей період включає стадії виробництва тканин, розробки асортименту, тиражування для компаній;

4) ***довгострокові*** прогнози (більше трьох років) виявляють базові тенденції, що впливають на споживчі переваги. Такі передбачення абстрактні й символічні: описують домінуючі ідеї та настрої, що поширюються не тільки на моду а й на всі соціокультурні сфери.

ТЕМА 5

Методи прогнозування моди

В прогнозуванні велике значення має вибрана методика – сукупність спеціальних правил, прийомів і методів спрямованих на дослідження об'єкта та розробку варіантів його розвитку в майбутньому.

В передбаченні моди можна застосовувати наступні методи :

1) ***Інтуїтивне прогнозування*** *(genius forecasting)* – це пророкування на основі вражень і відчуттів суб'єкта. Його можна назвати вгадуванням подій майбутнього. Наука загалом нехтує тим фактом, що існують можливості без будь-якого попереднього аналізу тенденцій «зазирнути в майбутнє», проте є люди, здатні досить точно передбачити що буде і дизайнери і бьюті- студії користуються їх послугами. Також прогноз, що базується на інтуїції фахівців, застосовується тоді, коли об'єкт прогнозування або дуже простий, або, навпаки, настільки складний, що вплив багатьох різновекторних чинників практично неможливо урахувати жодним іншим способом.
2) ***Аналіз фешн-колекцій*** тих дизайнерів, яких вважають авангардистами також дозволяє передбачити майбутні модні тенденції. Традиційно вважалося, що нові напрямки задає *Haute Couture,* але до кінця 20-го століття висока мода втратила роль джерела новацій і перетворилася швидше на рекламне шоу. Сучасні тенденції можуть задавати навіть виробники фаст-фешн.
3) ***Метод аналогії*** *(simulation method)* полягає в співставленні невідомого з відомими процесами і явищами щоб виявити схожість

в закономірностях їх розвитку і на цій підставі здійснювати прогноз. Для фешн-тенденцій плідним може бути проведення аналогії з новими напрямками в різних видах мистецтва, особливо в живописі, архітектурі, скульптурі, графічному і рекламному дизайні, що найтісніше повязані з модою.

4) ***Екстраполяція*** *(extrapolation)* тенденцій – продовження в майбутнє поточних закономірностей розвитку. Циклічність моди якраз дає підстави для застосування подібних прийомів, які базуються на припущенні, що всі умови минулого часу продовжуватимуть діяти в майбутньому. Але, оскільки в моді одні елементи змінюються швидше, ніж інші, то інерція тенденцій невелика і тому екстраполяція ефективна для передбачення короткострокового горизонту, а її точність знижується зі зростанням часового проміжку.

У дизайні зачіски екстраполяцію застосовують при визначенні форми зачіски, оскільки вона, на відміну від мобільних елементів (колір, аксесуари, фактура) – найбільш стійка ознака моди. Ля виявлення закономірностей її зміни проводиться аналіз розвитку форм і силуетів впродовж тривалого часового відрізку. Щоб результати цього аналізу можна було обробити за допомогою комп'ютера, інформація спрощується: структура форми зачіски представляється як поєднання простих геометричних фігур – прямокутника, трапеції овалу. Також, у вигляді однієї з фігур подаються основні елементи зачіски (основний елемент, акцент, фактура, силует). На підставі цих даних будуються графіки зміни силуету, розташування ліній і виявляється взаємозв'язок між ними. Потім будується звідна модель ритмічної зміни модних форм і визначаються цикли моди. Виявленні тенденції розвитку форм екстраполюються в майбутнє: визначається, в який момент повторюються ті або інші силуети і прогнозується структура форми

зачіски в потрібний відрізок часу. За подібною схемою можуть прогнозувати і модний колір.

Екстраполяція піддається критиці за те, що інерція нових (не запозичених з минулого) напрямків взагалі не може бути визначена, тому акий підхід до прогнозування дає можливість враховувати один із способів здійснення модної інновації – на основі традицій. Але найголовніший її недолік полягає в тому, що форма і колір зачіски не дають інформацію про модні цінності, тобто досліджується тільки один компонент структури моди, тоді як інші (модні стандарти, значення, поведінка) залишаються поза сферою досліджень.

5) ***Соціологічний*** *(sociological)* підхід до прогнозування моди, орієнтований на різні аспекти способу життя людей. Він виходить з припущення, що оновлення моди починається саме з вимог споживачів і тому прогнозування грунтується на передбаченні демографічної ситуації, зайнятості, доходів, умов життя, рівня освіти тощо. Соціологічні прогнози робляться на основі опитувань, які дозволяють визначити перспективи розвитку потреб суспільства та мотиви поведінки людей. Така інформація дає можливість прогнозувати не конкретні тенденції, а загальні напрямки майбутньої моди.

6) ***Математичний підхід до прогнозування моди*** грунтується на теорії нечіткої логіки (fuzzy logic), що дозволяє розв’язувати задачі, які не мають однозначних відповідей. Критерії в нечіткій множині можуть бути приблизними: від «найменш модний» до «наймодніший». Цим критеріям присвоюють чисельні оцінки (від 0 до 10), за якими оцінюють параметри моди: силует костюма, композиційні прийоми, що застосовуються при створенні форми, симетричність, спосіб розташування конструктивних ліній, колірна

гамма тощо. Такий підхід дозволяє оцінити кожен костюм одночасно за декількома критеріями і розподілити модні компоненти в ієрархічному порядку.

7) ***Дерево рішень*** *(Decision tree)* - метод, що засновується на моделюванні ситуацій. Обґрунтовані моделі розвитку моди наочно ілюструють альтернативи та структурні взаємини між ними. Із врахуванням факторів і тенденцій, за цим методом вибирають найбільш імовірні варіанти. Комп'ютерні технології зробили можливим створення дуже складних дерев рішень, що включають багато підсистем і петель зворотного зв'язку, не обмежуючи альтернативи дихотоміями та враховуючи вірогідність будь-якого шляху.
8) ***Прогнозувати можна і на підставі опитування потенційних клієнтів*** про те, яких тенденцій вони очікують. Основним недоліком цього методу є те, що, оскільки потреба в модних речах породжується рекламою, а їх покупки носять спонтанний характер, то у споживачів відсутні чіткі орієнтири до початку модного сезону. Такі опитування будуть ефективні при аналізі альтернативних поточних тенденцій.
9) ***Метод дослідження випереджуючих груп*** засновується на тому, що серед споживачів є групи найбільш готових до зміни моди людей, які здатні адекватно її сприймати та мають потребу в інноваціях. Це новатори (earby adopters) - чутливі люди, що генерують оригінальні ідеї, а також трендсеттери (rendsetters), які підхоплюють найбільш актуальні з них. Частина новаторів не користуються в суспільстві популярністю, оскільки набагато випереджають його розвиток, тоді як трендсеттери служать своєрідним передавальним каналом між новаторами і рештою соціуму. Якщо тенденція прижилася у них, то, найімовірніше, вона розвиватиметься й далі. Тому багато компаній переслідують мету

одночасно створювати пропозицію для трендсеттерів і для покупців з психологією послідовників.

Фешн-трендсеттери - це люди 25 - 35 - ти років, з чіткими пріоритетами і смаками, творчі, інтелектуально допитливі, не залежні від чужої думки. Володіючи чуттям на віяння моди, вони готові прийняти найсвіжіші ідеї та носити одяг, в якому ці ідеї втілені. Вони активні споживачі, але не прагнуть випереджати моду. Люди молодшого віку тягнуться до цієї групи, наслідуючи її, а старші хочуть виглядати молодше і орієнтуються на неї. До цієї ж групи відносяться знаменитості та VIP - клієнти, що мають доступ за лаштунки дефіле і першими обирають найактуальніші моделі.

Але найбільш результативними, особливо при складанні довгострокових фешн - прогнозів, є експертні методи.

ТЕМА 6

Експертні методи прогнозування фешн - тенденцій

Експертні методи засновані на інформації, яку надають фахівці експерти в процесі систематизованих процедур опитування. В найпростішому випадку перед групою експертів ставлять завдання припустити як розвиватиметься мода. Із прогнозованих варіантів вибирають найбільш несхожі й людям, що запропонували їх, ставлять уточнюючі запитання, доки експерти не сходяться на подібних версіях розвитку подій. При цьому дотримуються певних процедур обміну думками. Наприклад, можна помістити всіх експертів за круглий стіл і дозволити їм аргументувати свої думки. Але тоді ситуацією управляють ті, хто має навички переконання і групової взаємодії, а правильні думки можуть залишитися не почуті. Цього дозволяє уникнути метод Дельфі (Delphi technique). Він дозволяє мінімізувати людський фактор, оскільки учасників просять анонімно написати їх прогнози. Записи всіх думок надають кожному учаснику, який повинен прокоментувати і захистити або спростувати найбільш оригінальні судження. Знову, відповіді зіставляють і повертають учасникам з коментарями, що призводить до звуження варіантів і забезпечує точніші, ніж при груповому обговоренні, прогнози.

Успішність застосування експертних методів залежить від кількості та кваліфікації експертів. Найбільш кваліфікованими експертами виступають кулхантери. Термін coolhunting (від англ. «крутий» і hunting -полювання) позначає область діяльності маркетологів, завданням яких є дослідження нових явищ та передбачення трендів.

В галузі моди працюють також тренд - скаути (trend scout «розвідник»). Вони вивчають стихійну моду вулиць, відвідують всі популярні місця та місця скупчення великої кількості людей (нічні клуби, дискотеки, прем'єри, рок - концерти, стадіони, торгові центри), аналізують популярні сайти, блоги, чати, виявляючи новітні тенденції, наприклад, в нетрадиційних способах носіння одягу, поєднанні елементів, перевазі певних стилів. До фешн - експертів відносяться також різноманітні фахівці у сфері моди: дизайнери, стилісти, моделі. В ролі експертів-фахівців Виступають і представники бізнесу: топ - менеджери, байєри, спеціалісти з рекламних і модельних агенцій, фешн-журналісти, консультанти, маркетологи та інші фахівці, що займаються дослідженнями моди. Вони володіють широким світоглядом і розуміють закономірності поширення трендів. Ці професіонали відвідують спеціалізовані виставки, приймають участь у конференціях, вивчають модні віяння в світових центрах моди, слідкують за популярністю дизайнерів, знають особливості фешн - ринку.

Після отримання даних опитувань аналізують, хто з експертів був точнішим і при наступному прогнозуванні приділяють більше уваги його думкам.

Проте жодна з вище описаних методик передбачення не є досконалою, тому метод експертних думок, зазвичай, доповнюється іншими. Поєднання кількох методів компенсує недоліки кожного дозволяє розробляти більш точні прогнози.

ТЕМА 7

Оцінка та підвищення якості фешн-прогнозів

Цінність прогнозу залежить від виду точності наданої вам інформації, від можливостей використання метою ефективної адаптації до майбутнього, адже знання потрібні лише тоді, коли вони дають можливість впливати на розвиток подій. Але, важливішим за точність та можливості отримання доходів від використання прогнозу, може бути також глибоке розуміня тенденції , причин та наслідки появи: чи довго вона залишиться актуальною, наскільки тотальною та глобальною вона є, як вона пов'язана з іншими трендами, хто слідуватиме прогнозованій моді. Розуміння причин та наслідків тренду дає іншу картину, ніж просте слідування прогнозам. Суб'єкт може розробляти прогноз самостійно чи звернутися до фірми, що спеціалізується на фешн-прогнозуванні по стилю – так званого бюро стилю. (фр. bureaux de sryle) чи дослідницької агенції (reach agency).

Перші такі аналітичні організації виникли в 1970-х роках в зв'язку зі зростанням децентралізації і ускладненням системи моди. їх. призначенням, крім прогнозування, с узгодження роботи всіх ланок ланцюжка індустрії моди- «волокна- тканини- силуети- моделі- роздрібний бізнес -споживач》 . В цих організаціях працюють фахівці з різних галузей -від художників до торгових представників - які проводять дослідження, а потім розробляють узагальнений прогноз. Світовими лідерами в фешн сфері є фірми Futuretode, Trend Union, Nelly Rody, Promosty, WGSN (Worth Global Stile Nehwork, Brain Reserve, Lowe Council, Edelkoort Inc. а також он-лайн ресурси irendhunter.com, trendguide.com,

renhwatching com. Перелічені (trend-boot) суб'єкти двічі на рік розробляють тренд-буки з прогнозом тенденцій на 12-18 місяців як загальних, так і за напрямками: колір, тканини, жіночий, чоловічий, дитячий, casual, парфумерія і косметика, зачіски і макіяж, стиль життя. Бук містить детальний виклад тенденцій від джерел натхнення до кольорової палітри, зразків тканин, силуетів одягу, деталей, варіантів оформлення магазинів. Розробники щоквартально видають поправки й доповнення до буків і можуть розробляти персональний прогноз із переліком тем для конкретного виробника цій тенденцій (irend-zooming). Найсучасніші прогнози використовують інноваційні цифрові технології та включають обширні бібліотеки доступних для редагування силуетів, тканин і колірних палітр, які можуть бути завантажені в таких програмах, як, наприклад: SryleManager, CorelDRAW або Adobe Photoshop.

Вони істотно спрощують традиційний процес конкретизації проектування. Щодо безпосереднього використання прогнозів розвитку моди необхідно мати на увазі кілька застережень:

1. Не дивлячись на наукові методи, в прогнозі завжди с елемент невпевненості.

2. Кожен проноз містить суб'єктивний фактор враження й упередження тих, хто його розробляє та використовує.

3. Не лише прогноз допомагає суб’єктам індустрії сформулювати пропозицію, а й іх пропозиція, у свою чергу, впливає на смаки споживачів.

4. Постановка мети та планування майбутнього, який визначає курс і дозволяє організувати діяльність суб'єкта у потрібному напрямі.

5. Прогноз повинен коректно відображати специфіку бізнесу і вказувати на доцільні напрями управлінських рішень.

6. Важливу роль у передбаченні масових суспільних явищ відіграє поширеність самого прогнозу. Так ЗМІ, обговорюючи очікувані тенденції, пропагують їх і програмують суспільну свідомість, яка змінює соціальну поведінку. це різновид прогнозування.

ТЕМА 8

Поняття і основні концепції моди

Мода в найширшому значенні слова є універсальною характеристикою буття й проявляться майже в усіх сферах життя людини. Саме поняття «мода» можна віднести до найбільш вживаних, але й одночасно найбільш суперечливих. Слово «**мода**» (латинське modus - «міра, образ, спосіб, правило, норма») походить від давньогрецького vouoc -«звичай, звичка, характер». У тлумачному словнику української мови наведено кілька його можливих значень:

1) недовготривале панування в суспільстві певних смаків, що виявляється в зовнішніх формах побуту, особливо в одязі;

2) загальне визнання, популярність у певний час;

3) зразки предметів одягу, взуття, що відповідають таким смакам;

4) манера поведінки, звичка, характерний спосіб дій.

Таке «розмите» тлумачення слова призводить до того, що феномен моди розглядається в різних площинах. Історія культури, естетика, дизайн прирівнюють моду до її матеріального втілення - елементів костюма та побутових предметів. Соціологія і психологія розглядають моду як суспільні настрої - масові смаки. З точки зору маркетингу і менеджменту мода - засіб завойовувати ринки - продавати більшу кількість продукції з більшими прибутками.

Мода була предметом розгляду науковців багатьох галузей, які по-різному підходили до розуміння її суті й соціокультурних функцій, по-різному

визначали причини змін. В цілому у вивченні моди можна виділити загальнотеоретичний і прикладний підходи.

Моду за загальному рівні вивчають історія,філософія, естетика, економічна теорія, соціологія, психологія, мистецтвознавство. На основі вивчень праць Г.Зімеля, Ф. Котлета (Philip Kotler), Ш. Зелінг, А. Гофмана, М. Кілошенко, І. Балдано, В. Ільїна, Л. Ятіної та Ю. Легенького можна виділити наступні **концепції моди** (fashion concept від лат. Conceptum – ескіз, короткий виклад):

Таблиця 2.1.1.

Основні концепції моди

Концепція	**Сутність моди**	**Причини виникнення і змін тенденції**	**Джерела інновацій**
Історична	Вираження настрою історичного періоду	Об'єктивна історична еволюція суспільства	Значущі події та впливові особистості
Філософсько-естетична	Абсолютизація предметного світу	Недосяжність духовних ідеалів і заміна їх матеріальними, які швидко розчаровують	Суспільні настрої
Економічна	Фактор прискорення споживання	Переважання пропозиції над попитом	Пропозиція індустрії моди
Соціальна	Демонстративний засіб відмежування вищих класів від нижчих	Можливість створити видимість вищого соціального статусу	Вищі прошарки суспільства
Психологічна	Природна потреба в нових	Схильність людей до зараження та	Лідери суспільних

	враженнях	наслідування	симпатій
Мистецька	Найбільш актуальне пластично-декоративне оформлення культурних зразків	Постійне оновлювання культури відповідно до вимог часу	Авангард мистецтва
Комунікативна	Відбір і засвоєння культурних зразків	Постійне надлишкове створення нових культурних зразків	Суспільна комунікація
Семіотична	Система знаків і символів в яких закодовані найбільш актуальні суспільні цінності	Символічний характер суспільних відноси та постійна зміна соціальних паролів	Журнали мод
Ігрова	Легковажна щоденна гра з власною ідентичністю	Природа схильність людини гри заради задоволення	Примхи
Віртуалістична	Віртуальна надбудова цінності реальних речей	Рекламні віртуалістичні міфотехнології	Теле-бачення та інтернет
Еротична	Акцентування найактуальніших ерогенних зон	Постійна зміна сексуальних фетишів для підсилення привабливості	Зірки “секс-символи”

Поданий в таблиці перелік концепцій не є вичерпним і всі вони, розглядаючи моду з різних точок зору, взаємодоповнюють одна одну. Це доводить, що мода — досить неоднозначна сфера, на розвиток якої впливає велика кількість взаємопов'язаних факторів, а тому її вивчення повинно базуватися на комплексному міждисциплінарному підході. Крім того, потрібно зважати на те, що мода — це процес, що постійно саморозвивається відповідно до змін у суспільстві, а тому будь-який підхід до її розуміння не може бути остаточним.

ТЕМА 9

Мода як економічний феномен

Багатозначне слово «мода» не акцентує уваги на найістотніших ознаках феномен – недовготривалості й тому, що він найяскравіше проявляється в предметах оформлення зовнішності. Більш точно цей зміст передає слово «фешн». Британська енциклопедія визначає це поняття як скороминуче захоплення, колективну одержимість, непомірність, що регламентується спеціальними інструкціями, характеризується неперервністю та спонтанністю.

З макроекономічної точки зору мода- фактор прискорення споживання. Вона допомагає долати кризу перевиробництвом, заснована на змінюванні смаків, що спричиняє виникнення «штучних культурно-естетичних потреб. Кількісною характеристикою цього явища є співвідношення між двом ритмами: ритмом споживача(С) і ритмом зносу (З). Коефіцієнт моди можна розрахувати так:

М=З/С

Цей коефіцієнт показує, наскільки зношується продукція перед тим, як споживач замінить ЇЇ новою. Таке співвідношення може характеризувати економічні ситуації трьох видів:

М=1(З=С)- скільки продукції виробляється, скільки ж і споживається. Речі зношуються, і моди, як такої, нема.

М<1(З<С) – продукція зношується швидше, ніж є можливість купити нову. Це означає. Що виробництво не задовольняє потреб споживача (має місце дефіцит). Про моду в такій ситуації нема і мови.

Коефіцієнт моди за своїм економічним змістом є оберненим до коефіцієнта зношеності. Наприклад, якщо цикл споживання дорівнює п'яти місцям, а цикл зносу- десяти, то це означає, що товар, який зносився лише на 0,5 змінили новим під впливом моди(можуть бути і інші фактори). Коефіцієнт моди в такому випадку дорівнює 2. І чим він буде вище для якогось продукту, тим більшим буде попит на цей продукт підвладний моді.

Будучи супутником і стимулятором виробництва, мода нав'язує суспільству певний стиль і культурні традиції.

Для споживача мода – це споживання для інших, яке дозволяє людині демонструвати оточуючим чи імітувати власну успішність. Вона виступає проекцією життя й ціннісних орієнтацій індивіда, містить установки на його належність до певної соціальної групи (реальної чи уявної). Завдяки цьому ілюзія загально значимості моди. Відповідно до потреби постійного оновлення, споживання вимагає щоразу нових цінностей , оскільки знищує попередні, які у сфері моди не можуть накопичуватися так як в інших галузях культури.

З точки зору виробник мода – це тип товарів чи послуг, що пропонується і користується високим попитом на певному ринку в певний час. В Її основі систематичні зміни масового смаку, які, з одного боку, формуються соціокультурними обставинами і об'єктивно відбивають суспільні цінності певного моменту, а з іншого- постійно нав'язуються суспільству. Тому для вивчення специфіки функціонування моди .крім вище зазначених концептуальних положень, необхідно застосувати більш прикладні знання з художнього моделювання й дизайну, менеджменту й маркетингу.

Тема 10

Роль візуалізації тренду

Прогнозування трендів - це креативний процес, що може бути зрозумілий і застосований на практиці тим спеціалістом, хто ознайомиться із основними методиками прогнозування.

Професіонали не роблять за встановленими правилами чи за методом проб і помилок, а користуються теорією і практикою галузі. Прогнозування впроваджує шлях, який би направив виконавців на розширення їх поглядів щодо змін, передбачення майбутнього і проектування ймовірних результатів.

Виявлення трендів не є важким для тих, хто з головою поринає у світ поп-культури і трендових новинок. Прогнозисти збирають тренди, що з'являються поза суспільною інформацією, сприймаючи ті сигнали, що для інших є непомітними. FaithPopcorn, один із прогнозистів, що найчастіше згадується ЗМІ, називає це «штурм культури» - споглядання нового і інноваційного, а потім аналіз причин поза всім цим (1991).

Кожен прогнозист використовує специфічні методи, але всі шукають ті засоби, які допомогли б передбачити настрій, поведінку і звички споживача. Адже тренди сигналізують про нові потреби, бажання і прагнення споживача, що виробники і продавці перетворюють на потенційний засіб отримання доходу. Виконавці використовують прогнози як певний вклад у планування. Маркетингові менеджери позиціонують товар на ринку, використовуючи довгострокове і короткострокове прогнозування. Ті, хто

планують конкурентоздатні стратегії використовують техніки прогнозування, щоб проаналізувати певну частину ринку або позицію конкурентів. Розробники продукції, мерчандайзери і менеджери товарів використовують короткострокове прогнозування трендів у кольорі, текстилі, напрямку стилю для колекцій фірми.

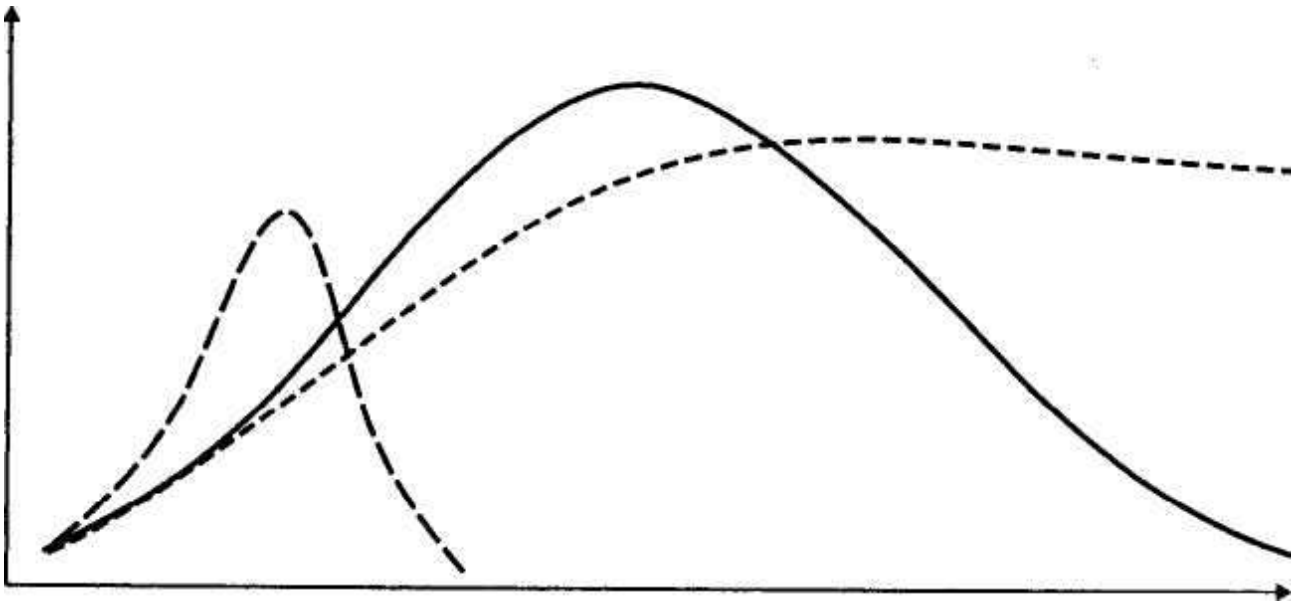
Візуалізація і прогнозування.

У найвужчому розумінні, прогнозування намагається проектувати минулі тренди на майбутнє. Тренд – швидкоплинне зростання або спадання. Деякі тренди були актуальними протягом тисячоліть – наприклад, це зростання населення. Але всі тренди мають потенціал, і в кінці-кінців, виснажуються і зникають.

Поки увага відволікається на найбільш захоплюючі і екстремальні лінії моди, механізм моди змінює тло і створює зразки для найдосвідченіших спостерігачів моди. *Візуалізація* допомагає прогнозистам зрозуміти і уловлювати рух моди і проектувати майбутні його напрямки. Зазвичай три зразки відображають моду – криві, коливання маятника і цикли моди.

- *Криві модних трендів*– модні тренди зазвичай класифікують за тривалістю і проникненням, що візуалізують як криві часу на горизонтальній осі та кількістю послідовників на вертикальній. У такий спосіб легше показати відмінності між короткочасними трендами, що називають *примхами,* і довготривалими, які називаються *класичними*(Графік 1.1.).

Графік 1.1.



Порівняння примх, що користуються популярністю короткий проміжок часу, і класичного одягу, який залишається стильним довгі періоди, можна подати у вигляді графіку, що відображає тривалість їх популярності.

- *Коливання маятника* – коливання маятника передають періодичний рух моди між крайнощами, - наприклад, коливання від максі довжини до міні, від підкресленого до розмитого силуету, від вишуканості до casual. Ці коливання можуть тривати як десятиліття, так всього і один модний сезон. Так коливання від енергійної краси 1980-х до невимушеності в одязі є правилом і до сьогодні. Деякі прогнозисти передбачають коливання в зворотну сторону. Haysun Hahn Future mode сприйняв 2004 рік як поворотний пункт для повернення до строгих ліній в жіночому одязі, до узгоджених ансамблів, традиційної картатої клітинки, офіційних суконь. Ініціали дизайнерів і логотипи компаній певний час сприймались як символи солідності, проте зараз споживачі віддають перевагу індивідуальному стилю, щоб не стати «ходячим оголошенням» - це коливання маятника, яке визнали Chanel, DKNY, Prada, Ральф Лорен (Lauren) та інші компанії, що і позначилося на розмірі і знаходженні фірмових знаків на товарі. Причиною цього, як вказують деякі прогнозисти, стали помітні відхилення споживання через терористичні напади

11 вересня 2001, інші вважають це частиною значно глибшого опору брендовим стратегіям і позиціонування себе як індивіда.

- *Цикли моди* – цикли мають стабільну і регулярну періодичність. Було виділено економічні цикли і цикли у бізнесі, але вони досі вважаються спірними. Варіації в довжині і глибині «циклів» роблять термін суперечливим і неправильним. Не зафіксовані, регулярні цикли, що повертаються, ідентифікуються і використовуються, щоб точно передбачити наступний цикл у бізнесі або моді.

Прогнозування трендів має виявляти джерела, основні зразки, інформацію і темпи трендів.

Найбільш цінуються в сьогоднішньому кліматі конкуренції - інформація і знання. Інформація - діловий актив, який може використовуватися як і всі інші фактори виробництва. Виконавчі рішення стають вагомішими у багатому інформацією довкіллі. Проте, отримання інформацію - тільки перший крок в процесі організіції, аналізу, розуміння, і вивчення. Інформацію легко знайти, проте важко просіювати, виділяти основне, об'єднувати її таким чином, щоб можна було вивчати. Прогнозування - процес, який надає інформації форму, а відповідно - дозволяє її вивчати.

Прогнозування – це значно більше, ніж відвідування показів і відбір потенційних трендів, що можуть бути знижені в ціні (хоча, звичайно, це є частиною процесу). Прогнозування – це процес, що відшуковує діапазон змін кольорів і стилів, змін стилів життя і купівельних зразків, різних способів ведення бізнесу.Що найімовірніше з'явиться в найближчому майбутньому – фактично це процес переговорів між індустрією моди і споживачами, між різними сегментами і пропозицією.

Хоча експерти одягу повинні бути і експертами в інформаційній області, що пов'язана з місцем в ланцюгу пропозиції, категорії продукту або ж

трудових обов'язків, всіх виконавців у сфері одягу об'єднує та ж сама проблема – як зробити правильний продукт, запропонувати його в потрібний час, поширити в правильних каналах та захопити увагу правильної споживчої категорії. Коли спеціалісти спілкуються лише один з одним або ж звертаються до інших, використовуючи специфічний жаргон, можливість співпрацювати вичерпує себе на етапі прийняття рішень. Партнерський прогноз в межах компанії і між компаніями в співпраці заохочує комунікацію через інформаційні обмеження.

Довгострокове прогнозування (5 і більше років) – це шлях дослідити майбутнє і побудувати загальне бачення на напрям розвитку компанії. Чарівне бачення притягує людей до кращого майбутнього. *Короткострокове прогнозування* (більше ніж за 1 рік) включає періодичний контроль довгострокового прогнозування і підлаштування його під обставини, що цього вимагають. Короткостроковий прогноз також потрібен, щоб координувати дії компаній в умовах промисловості та ринку. Прогнозування відкриває перспективи майбутнього день за днем, а тому впливає на прийняття щоденних ділових рішень. Виконавці балансують в певній точці теперішнього. Їх рішення засновані на минулому досвіді – історії моди, історії продажів, традиційних шляхах ведення бізнесу. Аналіз середовища відкриває вікно у майбутнє.

Виконавці збирають корисну зовнішню інформацію, коли вони переглядають щоденну газету новин, спостерігають за телевізійними новинами, слухають радіо, їдуть на роботу чи спілкуються з людьми в обідню перерву. Різниця між інформацією зібраною в такий спосіб і інформацією при аналізі середовища – більш системний підхід і використання інструментів інформаційного керування.

Прогнозування моди вимагає збалансованого алгоритму, щодо пошуку нових стилів та ідей - індикаторів культури, визначення вагомості демографічних змін, ідентифікації періодів оновлення модних трендів.

Основні поняття

Прогноз (forecast, prediction, foresee) - науково обґрунтована думка про можливі стани об'єкта в майбутньому або про альтернативні шляхи розвитку і терміни їх здійснення.

Інтуїтивне прогнозування (Genius forecasting)-це передбачення на основі вражень і відчуттів суб'єкта .

Екстраполяція (extrapolation)- продовження в майбутне по- точних закономірностей розвитку.

Соціологічний прогноз (sociological forecasting) -прогнозування на основі вивчення різних аспектів світогляду та способу життя людей.

Дерево рішень (decision tree)-метод, що засновується на мо- делюванні альтернативних ситуацій та виборі найоптимальніших.

Новатори (early adopters)-це чутливі люди, що генерують та першими підхоплюють оригінальні ідеї (нові модні тенденції).

Трендсеттери (trendsetters)-авторитетні люди, що підхоп- люють та поширюють найбільш актуальні суспільні тенденці (моду).

Тренд-скаути (trend scout) спеціалісти, що виявляють новітні тенденції.

Кулхантинг (coolhumting) в буквальному перекладі з англійської «полювання за крутим»-збирання інформації про суспільні настрої і цінності, які будуть найбільш альтернативними і престижними.

Трендвотчинг (trendwatching)-моніторинг суспільних тенденцій і прогнозування їх ринкової успішності в майбутньому.

Метод Дельфі (Delphi technique) експертний метод прийняття рішень, що дозволяє мінімізувати людський фактор шляхом поетапного анонімного вираження думок та іх аналізу й відбору.

Бюро стилю (фр. bureauxx de style) - дослідницько-прогнозні агенції, що вивчають тенденції в культурі та інтерпретують їх вплив на моду майбутнього.

Тренд-бук (trend-book)-детальний прогноз тенденцій на 12— 18 місяців до початку модного сезону, оформлений у вигляді «зошита», що містить візуальний та текстовий матеріал.

КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ

Додатки
З ДИСЦИПЛІНИ
(«Назва»)

Спеціальність: 022 “Дизайн”
Напрям: 0202 Мистецтво

Київ - 2024

Київська Академія прикладних мистецтв

Розробка та виконання перспективних моделей зачісок

Методичні вказівки

до виконання курсового проекту

Київ-2023

Методичні вказівки до виконання курсового проекту. Підготовлено кафедрою перукарського мистецтва КАПМ для студентів денної та заочної форм навчання, що навчаються за напрямом підготовки 022 «Дизайн» (кваліфікація – бакалавр з дизайну зачіски та макіяжу), а також за спеціальністю 022 «Перукарське мистецтво та декоративна косметика» (освітньо-кваліфікаційний рівень – молодший спеціаліст).

Укладач – Чорна Степанова Т.В.

Рецензент – Філімонова А,С.

КАПМ 2023

Зміст

I. Вступ…….4

II. Організація виконання курсового проекту……5

III. Етапи виконання курсової роботи……..6

IV.Структура і зміст курсового проекту……..7

V. Вимоги до оформлення курсового проекту

VI. Порядок захисту курсового проекту

VII. Додатки

I. Вступ

Розробка перспективних моделей зачісок (ПМЗ) - прикладна дисципліна, що формує у студентів уміння професійно займатись створенням нових сучасних моделей, використовуючи модні тенденції свого часу.

Курсовий проект із розробки ПМЗ виконується студентами після оволодіння теоретичними знаннями та практичними навичками моделювання та основ композиції зачісок, корекції особливостей зовнішності, сучасних технологій виконання зачісок, аналізу модних тенденцій у перукарському мистецтві.

Курсовий проект є самостійною творчою роботою студентів, під час виконання якої студент повинен продемонструвати рівень засвоєння навчальної програми, художній смак та виконавчу культуру.

Метою курсового проектування є практична реалізація студентами отриманих знань у галузі перукарського мистецтва. Студенти повинні провести глибокий інструктивно-технологічний, естетичний аналіз аналогів робіт відомих стилістів та описати їх в творчій частині першого розділу.

Завданням курсового проекту є:

- оволодіння практичними навичками розробки та виконання перспективної зачіски з урахуванням образу і ідеї;
- формування навичок організації самостійної творчої діяльності;
- набуття умінь аналізу сучасних тенденції у галузі перукарського мистецтва;

У процесі виконання курсового проекту студент повинен продемонструвати уміння:

- творчо мислити, аналізувати сучасні тенденції моди та технології виконання зачісок;
- розробляти ескізи створених зачісок;
- послідовно працювати над створенням образу від ідеї до його втілення;
- розробляти та оформлювати технологічні карти та власноруч виконувати розроблені зачіски;
- вдало використовувати свій творчий потенціал;

Розроблена студентом модель зачіски повинна бути перспективною, професійно виконаною, композиційно правильною та індивідуальною.

II. Організація виконання курсового проекту

	1. Вибір теми, узгодження, закріплення за керівником. 2. Розробка плану і графіку виконання КП. Робота над літературою, іншими джерелами. Пошук творчих ідей. 3. Підготовка ескізів, визначення технології виконання практичної частини, підготовка, тех.карт. 4. Практичне виконання розробленої перспективної зачіски. Фотографування роботи. 5. Написання вступу і 1-го розділу. Малювання малюнків до 1-го розділу. 6. Написання 2-го розділу. Малювання тех..карт. 7. Створення презентації для захисту курсового проекту. 8. Написання висновків. Подача керівникові на перевірку. 9. Підготовка до захисту. Попередній захист на кафедрі. 10. Захист

III. Етапи виконання курсової роботи

Перший етап – вибір теми роботи

Тема роботи обирається кожним студентом окремо у відповідності з орієнтованою тематикою робіт, затвердженої цикловою комісією чи художньою радою. Студентам надається право самостійного вибору теми з допомогою кваліфікованої поради керівника. Перевага надається темі, при розробці якої студент може виявити максимум особистих знань, умінь та навичок, ініціативи.

При виборі теми слід керуватися також її актуальністю, практичним значенням, можливістю використання результатів на практиці.

Після вибору теми студент отримує завдання на виконання роботи і складає календарний план.

Другий етап - підготовчий (пошуковий)

Цей етап включає збір необхідних інформаційних матеріалів, аналіз аналогів, розробку концепції композиційного рішення, пошук образного вирішення поставленого завдання, варіантів його стилістичного і технологічного рішень. На даному етапі студент проводить аналіз сучасних методів виконання практичної частини.

Результатом виконання даного етапу мають бути ескізні начерки, ескізи, креслення та технологічні схеми. Остаточно визначившись із концепцією розробки, студент повинен затвердити майбутній ескіз практичної роботи у викладача.

Далі слід розпочати виконувати графічну частину курсового проекту.

Третій етап-виконання практичної частини

Практична частина-це виконання розробленої зачіски та макіяжу на моделі. Ця робота виконується у квітні. Практичну роботу оцінює керівник та виставляє оцінку. Студент повинен сфотографувати роботу у 4-х ракурсах. При захисті члени комісії мають нагоду ознайомитись з фотоматеріалом. Неякісні фотографії та невдалі ракурси можуть негативно вплинути на враження від роботи. Зверніть увагу на вибір моделі – її зовнішні дані повинні підкреслювати Вашу ідею.

Четвертий етап-захист

До захисту курсової роботи допускається студенти, що прослухали відповідну частину курсу предмету, виконали увесь перелік робіт

(практичну, графічну, теоретичну частину), пройшли попередній захист та рекомендовані керівником до захисту.

IV. Структура і зміст курсового проекту

Курсовий проект складається з:

- **пояснювальної записки;**
- **практичної частини;**
- **графічної частини**;
- **Презентація для захисту курсового проекту**.

ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА

Практичне виконання роботи має відповідати вимогам поставленої теми та найбільш повно її розкрити. Автор повинен вміти знайти суть нової моди, загальну ідею, мати уяву про якість необхідних матеріалів, які будуть використовуватися. Стиліст у зачісці повинен враховувати:

- яка суть, тобто ідея задуманої нової зачіски;
- для кого зачіска призначена
- для якої цілі розробляється зачіска(призначення);
- вміти підібрати форму згідно призначенню;
- яке композиційне рішення треба використовувати (акцент, нюанс, силует і т.д.)

Курсовий проект виконується на 1 моделі.

Створюючи перспективну зачіску, студент створює цілісний перспективний образ, відповідно підбираючи костюм, макіяж, аксесуари.

При виконанні роботи студент повинен спиратись на знання з інших спецдисциплін: моделювання, композиція, технологія перукарських робіт, постиж, декоративна косметика і грим, історія зачіски, малюнок.

ГРАФІЧНА ЧАСТИНА

Виконуючи графічну частину дипломного проектування студент повинен підготувати малюнки та технологічні карти на високому професійному рівні.

Зміст графічної частини:

1.1 Малюнки моделей зачісок сучасного напрямку моди 4 аркуша (формат А4).

1.2 Малюнок базової моделі зачіски 1 аркуш (форматА4).

1.3 Малюнок розробленої сучасної моделі 1 аркуш (формат А4).

1.4 Малюнок макіяжу що відображає сучасні тенденції, малюнок, розробленого макіяжу (формат А4), та технологічна карта виконання макіяжу (1 тех.рис.)

1.4 Малюнок силуету одягу та аксесуарів, що відображають стиль напрямок моди 1 аркуш (формат А4) у кольорі.

2.2 Технологічна карта виконання розробленої зачіски (формат А4).

ПРЕЗЕНТАЦІЯ

Презентація повинна бути авторською і також підлягає оформленню, як і сама курсова робота. Це робиться в такий спосіб:

- На титульному (першому) слайді розміщується інформація про навчальну установу, дані про автора і рік, в якому підготовлений матеріал.
- На другому слайді візуально відображаються цілі та завдання роботи студента.
- Наступні кілька слайдів присвячуються основної частини роботи: її змісту, ключовим пунктам, окремим розділам та графічній частині.
- Заключний слайд відображає результати курсової роботи – узагальнення, висновки, власну думку автора, глибину дослідження теми і ступінь вирішення пов'язаних з цією темою проблем.

Правила по оформленню презентації

Презентація повинна бути правильно відформатована. Концепція полягає в тому, щоб донести думку публіці, використовуючи якомога менше елементів на слайді (в межах розумного, звичайно ж). Супровід доповіді має бути «вишуканим»:

- кількість слайдів – 10-12;
- слайди повинні точно підтверджувати сказане і по секундах збігатися зі смисловим змістом промови;
- дублювання слів доповідача в повній аналогії заборонено;
- використовується тезова подача інформації, повинні переважати схеми, діаграми, таблиці;
- текст на одному слайді не повинен перевищувати обсяг в 30-40 слів;
- заголовки оформлюються шрифтом від 28 до 32, для текстів використовується розмір від 18 до 24;
- кожен слайд повинен мати свій заголовок.

Складні і химерні стилі не потрібні. Перевагу слід віддавати білому тлу і холодним тонам. Кількість інфографіки має бути помірною. І, звичайно ж, необхідна точність, грамотність, достовірність.

Поради щодо оформлення презентації в PowerPoint

Створення і оформлення презентацій доступно з будь-якого гаджета, на якому є пакет Microsoft Office. А саме, цікавить опція широко відомої версії PowerPoint.

Вона доступна для скачування на безкоштовній основі, а її інтерфейс зрозумілий навіть школяреві. Готових шаблонів програми цілком достатньо.

Є альтернативні варіанти. Наприклад, стандартний і всім відомий Word – найпоширеніший текстовий редактор. Після того, як презентація буде створена, необхідно її конвертувати в файл PDF. Так демонстрація буде максимально зручною. Цю ж маніпуляцію можна виконати з презентацією PowerPoint.

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1. Вступ

2. Творча частина

1.1 Напрямки розвитку модних тенденцій в індустрії моди.

1.2 Аналіз процесу створення перспективної моделі зачіски.

1.3 Опис базової моделі зачіски. Характеристика розробленої моделі. Обґрунтування перспективності створеної моделі.

1.4 Розробка макіяжу .

3. Технологічна частина

2.1 Огляд сучасних технологічних прийомів та методів у перукарському мистецтві та макіяжі.

2.2 Технологія виконання зачіски.

2.3 Вибір матеріалів необхідних для виконання зачіски.

2.4 Вибір та характеристика необхідних інструментів та обладнання.

4. Висновки

5. Список використаних джерел

V. Пояснення до розділів пояснювальної записки

Пояснювальна записка включає вступ, творчу та технологічну частини, ілюструється малюнками, завершується висновками і списком використаних джерел. Перед пояснювальною запискою розміщується титульний лист, потім зміст. Кожна частина пояснювальної записки повинна починатися з нової сторінки. Висновки і список використаних джерел теж починаються з нової сторінки.

Графічна частина повинна підписуватись автором КП, а також викладачем малюнку та живопису. Обсяг КП становить 40 -60 листів разом з графічною частиною.

Вступ

У вступі необхідно відобразити становище перукарського мистецтва та декоративної косметики в Україні на сучасному етапі розвитку, відобразити організацію праці в салонах-перукарнях, творчих лабораторіях, імідж-центрах, певні досягнення у цій сфері, участь у конкурсах перукарського мистецтва, а також задачі розробки перспективних моделей зачісок. Дати відповіді на такі питання :

-Як змінилася модна індустрія з часів незалежності України;

-Як змінилася сфера надання бьюті-послуг та товарів краси за часів незалежності України;

-Які Українські бренди та дизайнери з'явилися та набули популярності в Україні та світі;

-Наскільки важлива освіта та які її види чи варіанти існують в сучасний час в модній індустрії;

-Як модна індустрія пристосувалась та адаптувалась до надання послуг у сучасних реаліях (пандемія covid-2019, повномасштабне вторгнення росії в Україну).

Обов'язково необхідно визначити **основну мету** та **завдання** курсового проекту, **актуальність** та **новизну** теми.

1. Творча частина

1.1 Напрямки розвитку сучасних тенденцій в модній індустрії

Необхідно дати характеристику сучасного загального європейського напрямку моди на зачіски , одяг, аксесуари, а також визначити перспективу його розвитку, приділити увагу кольоровій гармонії яка буде актуальна, виявити пануючі стилі на майбутній сезон, коротко описати напрямки моди в чоловічих, жіночих та дитячих зачісках, зупинитись на висвітленні питання моди для тієї групи зачісок, до якої відноситься модель, яку пропонують. При цьому необхідно вказати на ілюстрації графічної частини.

1.2 Аналіз процесу створення перспективної моделі зачіски

У даному підрозділі необхідно з'ясувати питання доцільності вибору тієї чи іншої моделі зачіски, яку розробляють дати опис базової моделі зачіски, яку беруть за основу для подальшої розробки. Необхідно довести та обґрунтувати саме перспективність розробленої моделі.

Необхідно виконати алгоритм формування тренду:

-Аналіз економічної та політичної ситуації (загалом, чи може собі дозволити молодь в даний час носити, купляти та користатися актуальними послугами в сфері моди та краси, який фінансовий ресурс є у населення в середньому;

-Аналіз зростайочого інтересу населення до певної культури або субкультури, або спостереження за кумирами молоді які можуть впливати на їх стиль та вподобання та є для них авторитетним прикладом;

-Аналіз колекцій культових фешн-брендів.

Також у цьому розділі необхідно обрати метод прогнозування та скористатися ним.

Назва “перспективна зачіска” створена від слова “перспектива”, яке має декілька значень. У даному випадку перспектива – це те, що передбачається, план, види на майбутнє. Перспективною може бути зачіска для молоді, для ділової людини, коктейльна зачіска, весільна і т.д. Автор створює нову модель, передбачаючи її можливе застосування у майбутньому у якості популярної, на конкурсі, у шоу-програмі тощо. Перспективність це особлива характеристика зачіски. У даному випадку від дизайнера або художника-модельєра вимагаються і творчі здібності, і антиципаційна здатність, яка в даному випадку виявляється в умінні прогнозувати і результат розробки, і її перспективність.

Перспективна зачіска повинна мати чітко виражені лінії, дизайн и фактуру, що допомагає створити яскравий неповторний образ. Така зачіска виконується у більш прогресивному дусі, ніж популярна зачіска. Працюючи над створенням перспективної зачіски, дизайнер повинен розуміти, що перспективна зачіска – це потенційно популярна зачіска, тобто зачіска, яка може стати масовою через деякий час. Але ідеї, які закладено у перспективній зачісці можуть значно спрощуватись, перероблятись з урахуванням масових споживчих інтересів.

Перспективна зачіска — це авангард моди, вона відображає майбутню модну лінію в зачісках. Така зачіска повинна випереджати сьогоднішній день.

Перспективні зачіски створюють для людей різного віку та статі. Але враховуючи, що саме молодь є авангардом моди, найбільш актуальними є проекти молодіжних перспективних зачісок.

Необхідно пам’ятати про те, що волосся є матеріалом для створення нової моделі: його структура, довжина може мати вирішальне значення при створені моделі. В даному розділі необхідно дати композиційний розбір розробленої перспективної моделі.

1.3 Опис базової моделі зачіски. Характеристика розробленої моделі. Обґрунтування перспективності створеної моделі

У даному підрозділі необхідно з’ясувати яка зачіска буде базовою на майбутній сезон (зробивши висновки по алгоритмам з минулого розділу та аналізу модних тенденцій). Базову зачіску беруть за основу для подальшої розробки песпективної моделі. Для того щоб отримати розроблену перспективну модель - базову зачіску необхідно адаптувати під Українські реалії сьогодення (враховуючи смаки та фінансову спроможність населення) , та описати отриману перспективну зачіску (загальний зовнішній вигляд,

форма, колір, довжина та можливі аксесуари). В кінці розділу необхідно обов'язково виконати композиційний розбір зачіски :

-Призначення;

-Стиль;

-Форма;

-Силует;

-Пропорція;

-Фактура;

-Баланс;

-Ритм;

-Маса;

-Тип зачіски;

-Кольорова гармонія;

-Акцент та нюанс.

1.4 Розробка макіяжу

Необхідно описати модні тенденції в макіяжі – описати макіяжі на модних показах, стрітстайл на вулицях модних столиць світу, на кумирах, визначити які тенденції впроваджують відомі бьюті-блогери, та які макіяжі можна найчастіше зустріти на вулицях України.

Наступним етапом необхідно розробити макіяж для перспективного образу з урахуванням теми та ідеї курсового проекта.

Макіяж повинен підкреслювати розроблений перспективний образ. Вибір косметичних засобів визначається з урахуванням типу шкіри обличчя та тієї кольорової гамми, яку обирають за основу. При розробці макіяжу слід пам'ятати проте, що кольорові ефекти у зачісці, макіяжі та одязі повинні бути у єдиній кольоровій гармонії.

2. Технологічна частина

2.1 Огляд сучасних технологічних прийомів та методів у перукарському мистецтві

У даному підрозділі описуються сучасні технологічні прийоми та методи, які застосовують фахівці в модній індустрії (стрижки, макіяж, зачіски та фарбування). Це може бути опис як інструменту чи обладнання, або сучасні схемі та методи фарбування, нові технології барвників, косметичні засоби та процедури.

2.2 Технологія виконання зачіски

В даному підрозділі необхідно докладно описати характер і послідовність, виконання усіх технологічних етапів виконання стрижки, фарбування,

укладання. Описуючи технологію виконання зачіски у тексті, необхідно вказувати на відповідні позиції відповідної технологічної карти.

2.3 Вибір матеріалів необхідних для виконання зачіски

У даному підрозділі необхідно показати доцільність використання тих або інших косметичних засобів, матеріалів для виконання розробленої моделі зачіски, тобто вказати за допомогою яких матеріалів, засобів можна виконати ту чи іншу технологічну операцію, але не тільки перелічити, а й аргументувати їх вибір, з урахуванням ідеї розробленої перспективної зачіски.

2.3 Характеристика інструментів та обладнання.

У даному розділі необхідно описати інструмент та обладнання, що використовується у процесі виконання зачіски. Добір інструментів та обладнання ведеться з урахуванням останніх досягнень у галузі перукарського мистецтва. У цьому розділі необхідно також описати правила дезінфекції інструментів та техніки безпеки.

Висновки

У висновках коротко оцінюють стан реалізації основної мети курсового проектування, характеризують розв'язання окремо кожного завдання. Необхідно виділити, що з алгоритму формування тренду стало основним для проектування перспективної зачіски та макіяжу. Також описати для кого саме розроблена зачіска (для якої групи населення – для молоді, підлітків або людей середнього віку, до якого стилю вона підходить), дати характеристику цій групі населення – чим займаються люди для яких розроблена ця зачіска, яку музику вони слухають або загалом чим цікавляться та які в них інтереси. Необхідно запропонувати шляхи адаптації та спрощення зачіски та макіяжу для масового споживача.

Список використанних джерел

Вимоги до оформлення бібліографічного опису літературних джерел

Основні правила оформлення джерел інформації:

Назви статей, монографій, збірників, конференцій, тез, доповідей, авторефератів дисертацій вказуються повністю.

Для статей обов'язково дається їх назва, назва видання, рік, номер (випуск, том), початкова та кінцева сторінки.

Для монографій, довідкових, енциклопедичних видань – назва, місце видання (місто), видавництво, рік видання, (том, частина – якщо є), загальна кількість сторінок.

У списку джерел з маленької букви пишуть відомості, що відносяться до заголовку (підручники для вузів, матеріали конференцій, тези, навчально-методичний посібник тощо), відомості про відповідальність (редактор, упорядник, редколегія та ін.), наприклад:

Педагогіка : підруч. для вузів.

Психология : словарь / отв. ред. Гончарук П. В.

Має бути проміжок в один друкований знак (пробіл) до і після приписного знака: тире (–), скісна риска (/), дві скісні (//), двокрапка (:). Виняток – крапка (.) та кома (,) – проміжки залишають тільки після них.

Після скісної риски (/) пишеться автор (автори) саме у такому вигляді, в якому зазначено на титульному листі або у змісті (якщо це стаття), тобто, це може бути Косяк О. В., О. В. Косяк, Оксана Валентинівна Косяк, Оксана Косяк.

Таким чином, запис реквізитів статті одного автора з періодичного друкованого видання матиме наступний вигляд:

Прізвище ініціали автора. Назва статті. / ім’я, по батькові автора або ініціали і прізвище автора // Назва журналу. – Рік. – № . – С. ?–?.

Запис двох і більше авторів: спочатку перший автор, після слешу (/) вказуються два/три/чотири автори:

Прізвище ініціали першого автора. Назва статті. / ініціали прізвище першого автора, ініціали, прізвище другого автора // Назва журналу. – Рік. – № . – С. ? – ?.

Алгоритм оформлення статті з електронного видання:

Прізвище ініціали автора. Назва статті [Електронний ресурс] / ім'я, по батькові автора або ініціали прізвище автора // Назва журналу. – Рік. – № . – Режим доступу: http://www… (з нової строки) електронна адреса, за якою розміщена стаття. Наприклад:

Самойлова І. А. Хмарні технології в освіті (загальна характеристика) [Електронний ресурс] / І. А. Самойлова. – Режим доступу: https://docs.google.com/presentation/d/1t1YfIIb1vH5Rsg38JZCyUJ6BoWxwps85wDja1yrNROQ/edit#slide=id.p13

Для того, щоб прізвище та ініціали автора залишалися в одному рядку і не розривалися користуйтеся комбінацією Shift+Ctrl+Space (пробіл).

При складанні списку використаних джерел необхідно дотримуватися зазначених форм запису.

Джерела інформації	**Приклади бібліографічного опису**
Книги **Одного автора**	**Кузьмінський, А. І. Педагогіка вищої школи : навч. посіб. / А. І Кузьмінський. — 2-е вид., стер. — К. : Знання, 2011. — 486 с. : іл., табл. - (Вища освіта XXI століття).** **Власова, О. І. Педагогічна психологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. І. Власова; голов. ред. В. М. Куценко. — К : Либідь, 2005. — 398 с. : іл., табл.** **Перерва, В. С. Графи Браницькі: підприємці та меценати / В. С Перерва; Білоцерків. ін-т економіки та упр. вищ. навч. закл. "Відкр. міжнар. ун-т розв. людини "Україна". — Біла Церква : Пшонківський О. В., 2010. — 269 с. : іл., табл. — Бібліогр.: с. 210–224.**
Двох авторів	**Алєксєєва, І. В. Гіперактивні діти: корекція поведінки / І. Алєксєєва, М. Калмикова ; [редкол.: Т. Шаповал та ін.]. — К. : Шк. світ, 2011. — 91 с. : іл., табл. — (Бібліотека "Шкільного світу").** **Ружицький, В. А. Розвиток творчого потенціалу майбутнього вчителя образотворчого мистецтва: метод. рек. для студ. спеціальності «Образотворче мистечтво» та вчителів загальноосвіт. навч. закл. різного типу: навч. – метод. посіб. / В. А. Ружицький, О. Т. Шульга. — Біла Церква : КОІПОПК, 2010 — 92 с.**
Трьох авторів	**Вікова та педагогічна психологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. В. Скрипченко, Л. В. Долинська, З. В. Огороднійчук . — 2-е вид. — К. : Каравела, 2007. — 399 с. : таб — (Вища освіта в Україні).** **Омеляненко, В. Л. Педагогіка: завдання і ситуації : практикум В. Л. Омеляненко, А. І. Кузьмінський, Л. П. Вовк. — Вид. 2-е, випр. — К. : Знання-Прес, 2006. — 423 с. – (Навчально-методичний комплекс з педагогіки).**
Чотирьох авторів	**Психологія управлінської діяльності лідера : навч.-метод. посіб : для магістрів ден. та заоч. форми навчання спец. 8.18010013**

	”Педагогіка вищої школи” / [О. Г. Романовський, В. Є. Михайличенко, Л. М. Грень, А. Є. Книш]; М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т ”Харків. політехн. ін-т”. — Харків : НТУ ”ХПІ”, 2016. — 47 с. **Педагогіка в запитаннях і відповідях : навч. посіб. / [Л. В. Кондрашова, О. А. Пермяков, Н. І. Зеленкова та ін.]. - К. : Знання, 2006. - 252 с. - (Вища освіта XXI століття).**
Пятьох і більше авторів	**Психологія спілкування : навч. посіб. / [Л. О. Савенкова та ін. за заг. ред. Савенкової]; М-во освіти і науки України, ДВНЗ ”Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана”. — Київ : КНЕУ, 2015. – 309 с.** **Педагогіка фізичного виховання: сучасні організаційні технології у загальноосвітньому навчальному закладі : навч.-метод. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / [Г. Ф. Пономарьова, Т С. Бондар, В. В. Золочевський та ін.] ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Департамент науки і освіти Харк. облдержадмін., Комунал. закл. ”Харк. гуманіт.-пед. акад.” Хар облради. — Х. : Бровін О. В., 2013. — 192 с. : іл., табл.**
Без автора	**Антологія "Україна - Європа" / упорядкув. та вступ ст. О. В. Красовицького ; худож.-оформлювач Л. П. Вировець. - Харків Бібколектор, 2015. - 373 с. - (Українська книга).** **Україна неповторна : фотоальбом / авт. вступ. статті М. Попович ; фотограф: Ю. Бусленко, Б. Вальоніте ; фотографія Ф Жарій [та ін.]. - Харків : Фактор-Друк, 2015. - 111 с. - (Українська книга).** **Українська ідентичність і мовне питання в Російській імперії: спроба державного регулювання : (1847–1914) : зб. док. і матеріалів / Ін-т історії України НАН України, Центр. держ. іс архів України ; упоряд. Геннадій Боряк. — Київ : Кліо, 2015. – 807 с. : іл. —(Програма ”Українська книга”).**
Багатотомний документ	**Енциклопедія Сучасної України. Том 4. В-Вог / Національна академія наук України, Наукове товариство ім. Шевченка, Інститут енциклопедичних досліджень НАН України ; ред.: І. Дзюба , А. І. Жуковський , О. М. Романів [та ін.]. - Київ : Поліграфкнига, 2005. - 699 с.** **Грушевський М. С. Твори : у 50 томах / М. С. Грушевський ; видавнича рада: Б. Патон , Л. Винар, І. Драч [та ін.] ; редкол.: Папакін, І. Гирич, Г. Боряк [та ін.]. - Львів : Світ, 2002 - .**

	Т. 10. Кн. І / упоряд., передмова та коментарі О. Юркова . 2015. - 552 с. - (Історичні студії та розвідки : (1924-1930)). **Перерва, В. С. Церковні школи в Україні (кінець XVIII - поч. XX ст.): забутий світ [Текст]. Т. 1. Загальна частина / В. С. Перерва ; Білоцерківський інститут економіки та управління, Київський обласний інститут післядипломної освіти педагогічних кадрів. - Біла Церква : Вид. О. Пшонківський, 2014. - 576 с. : іл. 32 с.** **Комогорова, М. Експрес-тести з англійської граматики : початковий рівень / М. І. Комогорова. - Харків : Основа, 2015. 128 с. - (Б-ка журн. "Англійська мова та література" ; вип. 11 (155)).**
Матеріали конференцій, з'їздів	**ІІІ Міжнародна науково-практична конференція "Людина, суспільство, політика: актуальні виклики сучасності" : 12–13 лют. 2016 р. / [за заг. ред. Д. В. Яковлева]. — Одеса : Нац. ун-т "Одес. юрид. акад.", 2016. — 183 с. : табл. —(Чорноморський дослідницький політологічний проект).** **XVII Всеукраїнська конференція асоційованих шкіл ЮНЕСКО в Україні "Українсько-європейські ініціативи в освітньому просторі: ціннісна парадигма" : зб. наук. ст., матеріалів регіон. практик та твор. поглядів учнів 2016 р. / [працювали: Маховська С. та ін. ; перед. слово: О. Дем'янюк та ін.]. — Київ Вінниця : Едельвейс і К, 2016. — 221, [2] с. : іл., табл.** **V-й Всеукраїнський з'їзд екологів з міжнародною участю (Екологія/Ecology – 2015) : зб. наук. пр. : Україна, Вінниця : 23- 26 верес., 2015. — Вінниця : Нілан-ЛТД, 2015. — 280 с. : іл., табл.** **Наукові праці Державної науково-педагогічної бібліотеки України імені В. О. Сухомлинського. Вип. 4. Інтегрований галузевий інформаційний ресурс: стан, перспективи створення та забезпечення доступу : зб. наук. пр. / НАПН України, Держ. наук.-пед. б-ка України ім. В. О. Сухомлинського ; наук. ред. І. І. Рогова ; [редкол.: Л. А. Дубровіна, В. А. Вергунов, Т. І. Ківш (голова) та ін.]. – Віниця : Нілан-ЛТД, 2014. – 598 с. : табл., рис**
Словники	**Українсько-угорський та угорсько-український словник : близько 5600 слів / упоряд. І. Палко. - Львів : Світ, 2015. - 320 с (Українська книга).** **Караванський, С. Практичний словник синонімів української**

	мови : близько 20000 синонімічних рядів / С. Караванський . - те вид., опрацьов. і допов. . - Львів : БаК, 2012. - 536 с. **Новітній словник англо-український, українсько-англійський грамматика; близько 70000 слів / уклад. О. Мазур. - 2-ге вид., випр. та доп. - Київ, 2013. - 560 с.** **Корінний, М. М. Короткий енциклопедичний словник з культури / М. М. Корінний, В. Ф. Шевченко ; відп. ред. В. Ф. Шевченко. - К. : Україна, 2012. - 384 с.**
Атласи	**Людина: навч. атлас з анатомії та фізіології / голов. ред. Т. Сміт. - Львів : БаК, 2000. - 240 с. : кольор. іл.** **Новиков, В. С. Школьный атлас-определитель высших растений : книга для учащихся / В. С. Новиков, И. А. Губанов. 2-е изд. - М. : Просвещение, 1991. - 240 с. : ил.** **Атлас видів рослин "Червоної книги України", які культивуються в дендропарку "Асканія-Нова" / [Н. О. Гавриленко] ; НААН України, Біосфер. заповідник "Асканія-Нова" ім. Ф. Е. Фальц-Фейна. — Асканія-Нова : [б. в.], 2015. — 69 с. : кольор. іл., табл.**
Законодавчі та нормативні документи ***Каталоги***	**Закон України "Про позашкільну освіту" : за станом на 9 січ. 2014 р. / Верхов. Рада України. — Офіц. вид. — К. : Парлам. ви во, 2014. — 26 с. — (Серія "Закони України").** **Кодекс України про адміністративні правопорушення : станом на 5 січ. 2016 р. : відповідає офіц. тексту. — Харків : Право, 2016. — 360 с.** **Освіта Київщини в цифрах і фактах (2014/2015 навчальний рік : інформ.-аналіт. зб. / Департамент освіти і науки Київ. облдержадмін. ; [ред. група: Рогова В. Б., Бакал С. М., Бондарчук М. Ю. та ін.]. – Київ : Департамент освіти і науки Київ. облдержадмін., 2015. – 194 с.** **Підручники і навчальні посібники з гуманітарних дисциплін для початкових і середніх навчальних закладів (1918-1945 рр.) фонду Державної науково-педагогічної бібліотеки України імені В. О. Сухомлинського : каталог / НАПН України, ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського ; [упоряд. : Маціборa Н. Г., Бондарчук О. Б., Іващенко В. Н., Палійчук Р. І. ; наук. консультант Сухомлинська О. В. ; наук. ред. Рогова П. І.]. – Київ : ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського, 2014. – 376 с.**

	Карткові каталоги в системі науково-інформаційних ресурсів Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського : метод. посіб. / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського ; [уклад.: Г. А. Кузьменко, Т. П. Медвідь ; відп. ред.: Т. В. Добко]. — Київ : Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, 2015. — 47 с. : іл., табл.
Бібліографічні покажчики	**Естетичні та етичні основи розвитку педагогічної майстернос викладачів вищих педагогічних навчальних закладів : бібліог покажч. / [упоряд. Штома Л. Н. ; наук. консультант і авт. вст ст. Отич О. М. ; наук. ред. Зязюн І. А.]. – Київ ; Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. – 149 с.** **Бібліографічний покажчик праць науковців Біосферного заповідника ”Асканія-Нова” ім. Ф. Е. Фальц Фейна НААН за 2006-2015 роки / НААН України, Біосфер. заповідник ”Асканія нова” ; [упоряд. Н. І. Ясинецька]. — Асканія-Нова : Біосфер. заповідник „Асканія-Нова“, 2015. — 90 с.**
Дисертації	**Ісаєва, С. Д. Комунікативна педагогіка у науковій спадщині американського вченого Томаса Гордона (1918-2002 рр.) : автореф. дис. … канд. пед. наук : 13.00.01 / С. Д. Ісаєва; М-во освіти і науки України, Сум. держ. пед. ун-т ім. А. С. Макаренка. — Суми, 2015. — 20 с. — Бібліогр.: с. 17-18.** **Фазан, В. В. Педагогіка як навчальний предмет у духовних академіях України (40-і рр. ХХ – початок ХХІ століття) : автореф. дис. … канд. пед. наук : 13.00.01 / В. В. Фазан; М-во освіти і науки України, Полтав. нац. пед. ун-т ім. В. Г. Короленка. — Полтава, 2014. — 20 с. : табл. — Бібліогр.: с. 18.**
Частина книги, періодичного видання	**Кононко, О. Сильна воля - запорука повноцінного розвитку особистості : організація діяльності з формування вольових ри характеру учня / О. Кононко // Учитель початкової школи . - 2016. - N 7. - С. 3-6.** **Литвинова, С. Хмарні технології як засіб розбудови інноваційної школи / С. Литвинова // Сучасна школа України 2016. - N 6. - С. 18-23.** **Сафарян, С. Педагогічна майстерність як ключ до успіху / С. Сафарян // Практика управління закладом освіти : спеціалізований журнал. - 2016. - N 7. - С. 30-38.** **Сухомлинський, В. О. Народження громадянина. Єдність педагогічних поглядів і переконань учителів // Педагогіка :**

	хрестоматія / уклад.: А. І. Кузьмінський, В. Л. Омеляненко. - 2-те вид., стер. - Київ : Знання-Прес, 2006. - С. 63-72. - (Навчальн методичний комплекс з педагогіки). **Волкова, Н. П. Сутність, зміст процесу виховання / Н. П. Волкова // Волкова Н. П. Педагогіка : навч. посіб. для студ. ВНЗ . - 3-тє вид., стереотип. - К. : Академвидав, 2009. – С. 94-10 - (Альма-матер).**
Електронні ресурси	**Концепція національно-патріотичного виховання дітей та молоді [Електронний ресурс] : додаток до наказу Міністерства освіти і науки України від 16.06.2015 р. №641. – Режим доступу** **mon.gov.ua/content/Новини/2015/06/16/konczepcziya.doc...** **Катеринчук, О. В. Модернізація системи освіти [Електронний ресурс] : наукова конференція. – Режим доступу :** **http://intkonf.org/katerinchuk-ov-modernizatsiya-sistemi-osviti/**

VI. Вимоги до оформлення курсового проекту

Текст розміщується на одній сторінці аркуша формату А4(210*297мм) відстань від краю листа-зліва 20мм., а з інших сторін по

5 мм, 1,5 міжрядкові інтервали до 30 рядків на сторінці, шрифт Times New Roman кегль 14.

Зміст пояснювальної записки повинен передаватися науковою мовою, чітко, конкретно, стисло. Не варто припускатись складних конструктивних конструкцій.

При згадуванні в тексті прізвищ (вчених, архітекторів, дизайнерів, практиків тощо) ініціали, як правило, ставляться перед прізвищем (Ю.М. Столяров, а не Столяров Ю.М. як це прийнято в списках літератури). Скорочення: стор.- сторінка; рис.-рисунок; мал.- малюнок; тех.карт.- технологічна карта. Інші скорочення не допускаються. У тексті мають бути посилання на весь ілюстративний матеріал, що міститься у пояснювальній записці в круглих дужках, наприклад: (рис.1, мал. 2). Номери сторінок, розділів, малюнків позначаються. арабськими цифрами.

Пояснювальна записка та графічна частина до курсового проекту зшивається і подається у папці.

Всі сторінки роботи нумеруються крім титульної, змісту та графічної частини тут нумерація здійснюється інша.

Заголовки структурних частин роботи друкують великими літерами симетричного до тексту, наприклад, **ЗМІСТ, ВСТУП, ВИСНОВОК**, тощо, крапка в кінці не ставиться.

Кожну нову частину слід начинати з нової сторінки. Номер розділу ставить арабськими цифрами, після номера крапку не ставлять.

Заголовки підрозділів нумерується в межах кожного розділу; перша цифра нумерує розділ, друга-підрозділ, третя-пункт, четверта-підпункт. Наприклад: 2.2. Технологія виконання зачіски (тобто другий підрозділ другого розділу та його назва). В кінці номера підрозділу повинна стояти крапка, у тому ж рядку міститься заголовок підрозділу.

Ілюстрований матеріал необхідно подавати в пояснювальній записці роботи безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше (на наступній сторінці). Він може бути у вигляді малюнків, рисунків, технологічних карт. Ілюстрації і технологічні карти розміщенні на окремих сторінках роботи, включають до загальної нумерації сторінок.

Ілюстрації позначаються словом рисунок і нумерується послідовно в межах розділу. Наприклад: Рисунок 2.2.2 Технологія виконання стрижки (другий рисунок другого розділу та його назва).

При використані у пояснювальній записці будь-яких цитат або статистичних даних необхідно робити посилання на джерела, з яких вони запозичені. Посилання подаються прямо в тексті у квадратних дужках, в яких вказується порядковий номер джерела у списку використаної літератури та, при

необхідності номер відповідної сторінки. По закінченні цитати чи речення крапка ставиться після посилання на джерело і свідчить про її закінчення.
Наприклад: [8, с.15-17] - означає, що наведені у роботі дані взяті із джерела , позначеного у списку використаної літератури під номером 8 на сторінки 15-17 цього джерела.

VII. Захист курсового проекту

Процедура захисту включає:

- Доповідь студента про зміст роботи, в якій слід обґрунтувати актуальність теми, мету, завдання, підкреслити значення питань, які він вирішив при виконанні роботи, з якими труднощами зіткнувся в процесі роботи тощо. Під час захисту курсового проекту студент повинен пояснити виконані ним зображення посилаючись на презентацію. Доповідь триває не більше 10 хвилин.
- Запитання до автора проекту членів комісії та його відповіді.
- На закритому засіданні екзаменаційної комісії оцінюється робота кожного студента, після чого оголошується результати засідання.

Порядок захисту курсового проекту

До захисту курсового проекту допускаються студенти, які повністю виконали курсовий проект.

Рекомендації до усного виступу

1.Чітко визначте план свого виступу та не відхиляйтесь від нього. Основна думка доповіді має поступово розгортатись під час презентації вашої роботи.
2. Намагайтесь належним чином обґрунтувати свій виступ.
3. Висловлюєтесь чітко, логічно, не «напускайте туману» та не відходьте від провідної думки.
4. Розповідаєте невимушено, цікаво, вживайте терміни професійної лексики.
5. Контролюйте свою манеру поведінки під час виступу – погляд, міміку, жести, дикцію. Відповідаючи на запитання подумайте, як краще аргументувати відповідь, будьте максимально переконливі. Не робіть тривалих пауз – вони створюють враження некомпетентності доповідача.
6. Зробіть позитивний висновок, завершіть виступ оптимістично.

Результат захисту курсового проекту визначається оцінками «відмінно», «добре», «задовільно» і «незадовільно» з урахуванням якості виконання всіх частин роботи та рівня захисту.

Керівництво курсового проекту проводять викладачі з відповідного предмету.

Обов’язки керівника проекту: надавати допомогу у виборі теми роботи, доборі літератури, методології та методів виконання роботи; затвердити календарний план виконання роботи; аналізувати зміст роботи , висновки та її результати; контролювати процес виконання роботи.

Додаток 1. Зразок оформлення титульного листа

КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ

Кафедра перукарського мистецтва

Курсовий проект

“Розробка перспективної чоловічої стрижки”

Соколова Марія Іванівна

напрямом підготовки - 022 «Дизайн»

кваліфікація - дизайнер зачіски та макіяжу

Науковий керівник:

Чорна-Степанова Тетяна Вячеславівна

Київ –2023