

ДИЗАЙН ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ МОДЫ И КРАСОТЫ

1. Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов системы знаний об основах дизайна интерьера и экстерьера различных предприятий индустрии моды и красоты.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Дизайн предприятий индустрии моды и красоты» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору.

Для освоения дисциплины «Дизайн предприятий индустрии моды и красоты» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Маркетинг в сервисе», «Сервисная деятельность», «Введение в профессиональную деятельность сервиса», «Информационно-аналитическая деятельность», «Искусство создания имиджа», «История индустрии моды и красоты», «Композиция костюма», «Конструирование одежды», «Материаловедение швейных изделий», «Методы научных исследований», «Основы косметологии, стилистики и макияжа», «Парикмахерское и постижерное искусство», «Праздники, обряды, костюмы», «Проектирование аксессуаров», «Проектирование коллекций в индустрии моды и красоты», «Реклама в сервисе индустрии моды и красоты», «Рисунок и художественная композиция», «Системный анализ в сервисе», «Современные тенденции моды», «Специальное рисование», «Стилистика и художественное моделирование», «Экономика в сфере услуг», «Эстетика образа», прохождения практик «Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (Сервис в индустрии красоты)», «Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (Сервис в индустрии моды)», «Практика по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- готовностью к изучению научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в сервисной деятельности (ПК-3);
- способностью анализировать современное состояние и тенденции развития индустрии моды и красоты и внедрять инновационные технологии в процессы индустрии (СК-1).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- основные понятия дизайна, исторические основы развития;
- классификацию сферы услуг и предприятий сервиса, особенности внешнего и внутреннего оформления;
- особенности дизайна современных предприятий красоты, основные типы организационных структур предприятий сервиса;
- особенности использования архитектурно-художественных средств и конструктивных решений в зависимости от назначения предприятия сервиса;

уметь

- различать исторические стили дизайна;
- определять тип предприятия сервиса в зависимости от определенной классификации;
- охарактеризовать особенности дизайна в зависимости от вида предприятия сферы сервиса;

владеть

- грамотной и аргументированно выстроенной речью;
- навыками классификации предприятий сферы услуг;
- опытом анализа дизайна различных предприятий сферы сервиса.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 3,
общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 16 ч., СРС – 88 ч.),
распределение по семестрам – 5 курс, лето,
форма и место отчётности – зачёт (5 курс, лето).

5. Краткое содержание дисциплины

Дизайн и его исторический генезис.

Понятие дизайн, исторические связи и основные дизайнерские течения и школы. Теория возникновения дизайна, история дизайна в стилях, дизайн-иконах, хронология исследования дизайна;

Виды предприятий сервиса. Особенности дизайна интерьера и экстерьера.

Классификация предприятий сервиса по виду воздействий на потребителя, по характеру технологических процессов оказания услуг, по месторасположению, по сегментам потребительского рынка и по объёму оказываемых услуг; Классификация сферы услуг: Услуги общественного питания; Финансовые услуги; Информационные услуги (ИТ-консалтинг и пр.); Жилищно-коммунальные услуги; Бытовые услуги; Услуги аренды; Интимные услуги; Туристские услуги; Юридические услуги; Гостиничные услуги; Охранные услуги; Услуги переводчиков; Торговые услуги; Транспортные услуги; Ритуальные услуги; Развлечения. Современное предприятие сервиса как система. Понятие организационной структуры сервисного предприятия. Типы организационных структур предприятий сервиса. Особенности внутреннего и внешнего оформления предприятия сервиса и формирование имиджа работника сферы услуг. Эстетические и этические особенности внешнего оформления здания предприятия сервиса. Особенности оформления интерьера предприятия сервиса.

Дизайн предприятий красоты.

Дизайн современных предприятий красоты (монопредприятий – парикмахерские и т.д., комплексных – салоны красоты, центры красоты и здоровья, спа-салоны и т.д.).

Организационная структура сервисного предприятия - два типа организационных структур управления – механистическая и органическая. Основные типы организационных структур предприятий сервиса - линейный, функциональный, линейно-функциональный, бригадный.

Дизайн предприятий моды.

Дизайн современных предприятий моды (ателье моды, дома моды, фабрики по производству одежды, обуви, аксессуаров, тканей, комбинированные предприятия с расширением области деятельности – клубы и т.д.). Выбор архитектурно-художественных средств, конструктивных решений здания в зависимости от назначения предприятия сервиса. Поиск выразительного образа магазина, салона, агентства. Проектирование оригинальных деталей внутренней отделки с учетом региональных особенностей и национальных традиций, соответствие стилю жилого массива. Эстетическое оформление зданий, использование различных художественно-выразительных средств фасада здания - вывеска и витрина. Особенности оформления вывески (она должна содержать наименование предприятия, его эмблему и информировать население о видах предоставляемых услуг). Озеленение и благоустройство территории около здания с соблюдением экологических требований как средство

эстетического оформления.

6. Разработчик

Кисляков Виталий Викторович, доцент кафедры технологии, туризма и сервиса ФГБОУ ВО «ВГСПУ».