

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«КОЛЛЕДЖ «КРАСНОСЕЛЬСКИЙ»**

РАССМОТРЕНО И ПРИНЯТО
на заседании Педагогического Совета
СПб ГБПОУ «Колледж «Красносельский»

Протокол № 9 от 25.06 2020 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор СПб ГБПОУ
«Колледж «Красносельский»

Г.И. Софина

2020 г.

Приказ № 48 от 25.06 2020 г.



**КОМПЛЕКТ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ**

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

**программы подготовки специалистов среднего звена
по специальности**

43.02.13 Технология парикмахерского искусства

СОГЛАСОВАНО

Эксперт(ы) от работодателя:



Карпова В.А.

Санкт-Петербург

2020 г.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1.1. Область применения
- 1.2. Система контроля и оценки освоения программы ПМ
 - 1.2.1. Организация контроля и оценки освоения программы ПМ
 - 1.2.2. Формы контроля и оценивания элементов профессионального модуля
 - 1.2.3. Оценка освоения теоретического курса профессионального модуля
 - 1.2.4. Требования к дифференцированному зачету по учебной и производственной практике
- 2.1. Результаты освоения модуля, подлежащие проверке на квалификационном экзамене
 - 2.1.1. Результаты освоения модуля, подлежащие проверке на квалификационном экзамене с использованием практических заданий
 - 2.1.2. Результаты освоения модуля, подлежащие проверке на квалификационном экзамене с использованием портфолио
 - 2.1.3. Требования к портфолио
3. Структура контрольно-оценочных материалов для квалификационного экзамена
 - 3.1. Комплект материалов для оценки сформированности общих и профессиональных компетенций по виду профессиональной деятельности
 - Предоставление современных парикмахерских услуг
 - Подбор и выполнении причесок различного назначения, с учетом потребностей клиента
 - Создание имиджа, разработка и выполнении художественного образа на основании заказа
 - Выполнение работ по профессии *Парикмахер*
 - 3.1.1. Комплексное практическое задание
 - 3.1.2. Контроль освоения профессиональных и общих компетенций с использованием портфолио

1. Общие положения

Результатом освоения профессионального модуля является готовность обучающегося к выполнению видов профессиональной деятельности- **создание имиджа, разработка и выполнению художественного образа на основании заказа** и составляющие его профессиональные компетенции, а также общие компетенции, формирующиеся в процессе освоения ОПОП в целом.

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Создавать имидж клиента на основе анализа индивидуальных особенностей и его потребностей.
ПК 3.2.	Разрабатывать концепцию художественного образа на основании заказа.
ПК 3.3.	Выполнять художественные образы на основе разработанной концепции.
ПК3.4.	Разрабатывать предложения по повышению качества обслуживания клиентов.
ОК 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.
ОК 2.	Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.
ОК 4.	Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.
ОК3.	Осуществлять устную и письменную- коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 6.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей.
ОК 7.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 8.	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержание необходимого уровня физической подготовленности.
ОК 9.	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке.
ОК11	Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

Формой аттестации по профессиональному модулю является квалификационный экзамен. Предпочтительной формой проведения квалификационного экзамена является выполнение практических видов работ. Экзамен проводится в парикмахерских-мастерских колледжа. Выполнение практических видов работ направлено на проверку освоения освоенных видов профессиональной деятельности. Итогом экзамена является однозначное решение: «виды профессиональной деятельности освоены / не освоены».

1. Формы контроля и оценивания элементов профессионального модуля

Элемент	Форма контроля и оценивания	
	Промежуточная аттестация	Текущий контроль
МДК.03.01	Дифференцированный зачет	Анализ выполнения практических работ. Тестовый опрос.
МДК.03.02	Дифференцированный зачет	Анализ выполнения практических работ. Тестовый опрос.

МДК.03.03	Дифференцированный зачет	Анализ выполнения практических работ.
УП. 03	Дифференцированный зачет	Анализ выполнения работ (мастер, работодатель) Отчет по учебной практике Характеристика работы учащегося во время практики
ПП.03	Дифференцированный зачет	Анализ выполнения работ (мастер, работодатель) Отчет по производственной практике. Характеристика работы учащегося во время практики
ПМ.03	Экзамен по модулю	

2. Структура контрольно-оценочных материалов для квалификационного экзамена

В процессе итогового оценивания освоения видов профессиональной деятельности

• Создание имиджа, разработка и выполнении художественного образа на основании заказа

используются:

- ✓ комплексное практическое задание, ориентированное на проверку освоения профессиональных компетенций:
- ✓ результаты дифференцированного зачета по междисциплинарным курсам;
- ✓ дневник, аттестационный лист, отчет по итогам учебной практики с результатами освоения профессиональных компетенций:
- ✓ дневник, аттестационный лист, отчет по итогам производственной практики;
- ✓ портфолио смешанного типа

2.1 Результаты освоения модуля, подлежащие проверке на квалификационном экзамене

В результате аттестации по профессиональному модулю осуществляется комплексная проверка следующих профессиональных и общих компетенций:

Профессиональные и общие компетенции, которые возможно сгруппировать для проверки	Показатели оценки результата (показатели ПК и ОК)
ПК 3.1. Создавать имидж клиента на основе анализа индивидуальных особенностей и его потребностей. ПК 3.2. Разрабатывать концепцию художественного образа на основании заказ. ПК3.3. Выполнять художественные образы на основе разработанной концепции. ПК 3.4. Разрабатывать предложения по повышению качества обслуживания	участие в профессиональных конкурсах на различных уровнях; участие в производственной деятельности учебного заведения; участие в работе профессиональных семинарах; участие в творческих проектах; наличие положительных отзывов по производственной практике; участие в профориентационной работе учебного заведения; демонстрация интереса к профессиональной деятельности в решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки технологических процессов парикмахерских работ сопоставление типовых методов решения профессиональных задач с реальной ситуацией
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности,	самоорганизация и самоконтроль в процессе учебной деятельности и производственной практики;

<p>применительно к различным контекстам. ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.</p>	<p>правильная (логичная и целесообразная) организация собственной профессиональной деятельности, постановка целей и выбор методов ее достижения, определение эффективности и качества решения профессиональных задач</p>
<p>ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие. ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами. ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.</p>	<p>взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения; соблюдение требований деловой культуры; демонстрация осознания ответственности за результаты своей работы</p>
<p>ОК 06. Проявлять патриотическую демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей</p>	<p>решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки технологических процессов парикмахерских работ; грамотный анализ ситуации, определение алгоритма действий в данной ситуации, демонстрация осознания ответственности за результаты своей работы</p>
<p>ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях</p>	<p>решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки технологических процессов парикмахерских работ;</p>
<p>ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержание необходимого уровня физической подготовленности</p>	<p>грамотный анализ ситуации, определение алгоритма действий в данной ситуации, демонстрация осознания ответственности за результаты своей работы</p> <p>использование различных источников, включая электронные интернет ресурсы</p>
<p>ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности</p>	
<p>ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке.</p>	<p>выполнение заданий учебно-производственной деятельности с помощью компьютерных технологий; применение оргтехники при подготовке учебных и производственных заданий и их оформлении; обоснованное использование информационно-</p>

Требования к портфолио

Тип портфолио смешанный

Общие компетенции, для проверки которых используется портфолио:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.

ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.

ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей.

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.

ОК 09. Использовать информационные технологии профессиональной деятельности.

ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке.

ОК 11. Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере

2. ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО КУРСА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03

3.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ОСВОЕНИЯ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ

3.1.1. МДК.03.01. СТАНДАРТИЗАЦИЯ И ПОДТВЕРЖДЕНИЕ

СООТВЕТСТВИЯ

Часть Г Ответ (письменно) на один из вопросов:

Закон "О техническом регулировании", содержание, цели его принятия.

Отношения при производстве продукции регулируемые законом "О техническом регулировании".

Понятие безопасности продукции, процессов и др. в законе "О техническом регулировании".

Сертификация. Обязательная и добровольная сертификация. Технический регламент.

Назначение технических регламентов. Цель и формы подтверждение соответствия.

Понятие о стандартизации. Система стандартизации.

Категории и виды стандартов.

Научно-технические принципы стандартизации.

Роль стандартизации в обеспечении качества продукции.

Виды стандартов. Добровольность и обязательность выполнения стандартов Принцип предпочтительности, ряды предпочтительных чисел.

Унификация, типизация и их роль в повышении качества продукции.

Предмет метрологии. Основные понятия метрологии. Измерение физических величин.

Средства измерений. Примеры средств измерений. Классификация измерений (прямые, косвенные).

Методы измерений (метод непосредственной оценки: метод сравнения.

Понятие погрешности. Действительное значение

физической величины (размера). Классификация погрешностей.

1. Аттестационные ведомости по МДК, профессиональным модулям и промежуточной Погрешности измерения. Классификация составляющих погрешности измерения по причинам их возникновения.

Погрешности измерений: инструментальная, методическая, отсчитывания.

Понятие метрологического контроля. Материалы для изготовления калибров (материалы допусковой группы) контроля отверстий. Расчет и обозначение на чертежах

исполнительных размеров калибров в профильном дополнительном образовании,

Понятие о контроле, контроль предельными калибрами. Схемы расположения полей

допусков калибров для контроля валов. Расчет и обозначение на чертежах исполнительных размеров калибров-скоб.

конкурсах профессионального мастерства, мастер-классах, акциях (грамоты, дипломы, благодарности, творческие и практические работы).

Эталоны. Меры.

2 часть.

Тесты по материалам части обучающегося в семинарах, конференциях других мероприятиях

1. на ряде мероприятий (грамоты, дипломы, благодарности, творческие работы) используют измерения. Отчеты о производственной практике.

а) б. совокупности работодателей с мест производственной практики.

б) совместные;

в) косвенные.

2. Наиболее высокую точность единицы физической величины воспроизводит эталон:

а) первичный;

б) вторичный;

в) рабочий.

3. Физическая величина, как понятие, включает в себя свойства физического объекта

а) только количественные;

б) только качественные;

в) количественные и качественные.

4. Сажень, как старинная русская мера равна:

- а) одному локтю;
 б) двум локтям;
 в) трем локтям.
5. Новое определение метра™ длина пути, проходимого светом в вакууме и равная:
 а) 1/29...;
 б) 1/31...;
 в) 1/32....
6. Лица, нарушившие метрологические правила с причинением имущественного и личного ущерба, привлекаются к ответственности;
 а) уголовной;
 б) гражданско-правовой;
 в) дисциплинарной.
7. Увеличение времени измерения, как недостаток, характерно для метода измерений:
 а) непосредственной оценки;
 б) противопоставления;
 в) дифференциального (разностного).
8. Организации, не выполняющие запрет на реализацию продукции Госнадзор облагает штрафом в размере:
 а) четверти стоимости продукции;
 б) половины стоимости продукции;
 в) полной стоимости продукции.
9. Документ, устанавливающий обязательные для применения положения и порядки:
 а) правила;
 б) рекомендации;
 в) технические условия.
10. При своей разработке проект проходит через:
 а) одну редакцию;
 б) две редакции;
 в) три редакции.
11. Срок действия стандарта:
 а) 3 года;
 б) 5 лет;
 в) не определяется.
12. В практике международной стандартизации основной упор делается на:
 а) новые виды продукции;
 б) качество продукции;
 в) единые методы испытаний.
13. Использование международных стандартов:
 а) обязательно;
 б) не обязательно;
 в) необходимо.
14. Заявитель выбирает ОС:
 а) по своему усмотрению;
 б) по рекомендации;
 в) в соответствии с требованиями Госстандарта РФ.

Эталон ответов

За каждый правильный ответ -1 балл

№ вопросов	ответ
1	Б
2	В
3	Б
4	В

5	Б
6	Б
7	Б
8	Б
9	Б
10	Б
И	Б
12	А
13	Б
14	Б
	14 баллов

Критерии оценок:

Менее 7 баллов - оценка «2»

От 8 до 10 баллов - оценка «3»

От 11 до 13 баллов - оценка «4»

От 14 баллов - оценка «5»

3.1.2. МД К.03.02. ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА СФЕРЫ УСЛУГ

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОМУ ЗАЧЕТУ:

1. Основные цели маркетинговой деятельности:
2. Расширение объема продаж и рынков сбыта
3. Увеличение занимаемой доли на рынке

4. Управление маркетингом
5. Виды маркетинга
6. Конъюнктура рынка
7. Сегментация рынка
8. Маркетинговая «луковица» товара
9. Рыночное окно
10. Целевой рынок
11. Виды жизненных циклов товаров
12. Перечислите 5 стадий процесса покупки парикмахерских услуг, дайте краткую характеристику каждому.
13. Перечислите 5 стадий процесса покупки парикмахерских услуг, дайте краткую характеристику каждому.
14. Виды рекламы и примеры рекламного сообщения.
15. Оценка эффективности рекламных компаний.
16. Средства распространения рекламной информации.
17. Для чего нужна «клиентская база»
18. Перечислите источники формирования клиентской базы.
19. Возможные темы акций.
20. Информационные средства, используемые в акциях.
21. Виды объявлений и их размещение.
22. Перечислите правила продавца парикмахерских услуг.
23. Как вы понимаете, индивидуальный подход к покупателю.
24. Распишите этапы и схему работы с ключевых фраз на каждом этапе. возражениями клиентов, приведите примеры взаимодействия в парикмахерском бизнесе
25. Для чего нужны стандарты
26. Что Вы понимаете под словом сервис

ТЕСТОВЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОГО ЗАЧЕТА:

Вариант 1

1 В зависимости от числа торговых посредников выделяют следующие стратегии товародвижения...

- селективного сбыта;
- диверсификации;
- специализации;
- эксклюзивного сбыта.

2 В комплекс маркетинга включаются...

- товар, цена, продвижение товара, сбыт;
- комплекс маркетинговых мероприятий на рынке;
- функции службы сбыта;
- поставщики, конкуренты, клиенты.

3 В маркетинговую деятельность по элементу комплекса маркетинга «сбыт» не входит...

- выбор каналов сбыта;
- план рекламной кампании;
- разработка дилерских скидок;
- оптимизация схем товародвижения.

4 В маркетинговых исследованиях к внутренним источникам информации относят...

- публикации научно-исследовательских центров и институтов;
- маркетинговую статистику по товарообороту фирмы;
- данные о маркетинговых затратах;
- ежегодники статистической информации.

5 В маркетинговых исследованиях наблюдение как метод сбора первичной информации характеризуется следующими особенностями...

- позволяет учитывать множество взаимосвязанных факторов;
- предполагает открытый или скрытый сбор и регистрацию исследуемых событий или процессов;

- не зависит от готовности наблюдаемого объекта сообщать информацию;
- осуществляется в специально созданной контролируемой ситуации.

6 В маркетинговых исследованиях при выборе сегмента существенными критериями являются...

- полное отсутствие конкурентов;
- достаточная ёмкость для получения прибыли;
- доступность сегмента для составляющих комплекса маркетинга;
- только качественная определённость сегмента.

7 В маркетинговых исследованиях панельное исследование как метод сбора первичной информации характеризуется следующими особенностями ...

- участвует выборочная совокупность опрашиваемых, подвергаемых повторяющимся исследованиям;
- осуществляется единовременно;
- осуществляется на генеральной совокупности;
- обеспечивает сравнимость результатов текущих опросов с предшествующими.

8 В маркетинговых исследованиях промышленного предприятия как целевые объекты исследования целесообразно рассматривать...

- конкурентов;
- потребителей;
- акционеров;
- руководство предприятия.

9 В маркетинге источник мотивации покупки, заставляющий потребителя выбирать именно этот товар, называют...

- критерием сегментирования;
- брендом;
- имиджем товара;
- атрибутом позиционирования.

10 В маркетинге покупатель – это субъект, который...

- обладает правами выбирать товар, оговаривать условия и сроки покупки товара;
- непосредственно совершает покупку;
- оказывает влияние на решение о покупке;
- является инициатором покупки.

11 В маркетинге сегмент рынка должен соответствовать следующим требованиям...

- сегмент должен иметь достаточную ёмкость для получения прибыли;
- характеристики сегмента должны быть измеримы;
- сегмент должен определяться качественными показателями;
- сегмент должен включать разнородных по запросам потребителей.

12 В практике маркетинга используют следующие средства стимулирования сбыта...

- конкурсы, лотереи;
- объявления на транспорте, в печати;
- экспозиции и демонстрации товара в местах продажи;
- радиопередачи, реклама на телевидении.

13 В практике маркетинговых коммуникаций социальная реклама характеризуется следующими утверждениями...

- направлена на благотворительные цели;
- направлена на формирование имиджа организации;
- направлена на различные социальные слои с целью совершать повторные покупки;
- представляет общественные или государственные интересы.

14 В практике маркетинга применение стратегии высоких цен как одного из видов ценовых

стратегий позволяет производителю решить следующие проблемы...

- обеспечить значительный рост доли рынка;
- осваивать новые ценовые сегменты рынка в будущем;
- быстро возместить затраты, связанные с разработкой товара;
- увеличить цену в будущем.

15 В практике маркетинга сущность политики цен предприятия заключается в следующем...

- в создании и поддержании оптимального уровня и структуры цен;
- в изменении цен с учётом инфляции;
- в изменении цен во времени по товарам и рынкам при определённой рыночной ситуации;
- в установлении максимальных цен.

16 В практике маркетинга ценовую стратегию «снятия сливок» характеризуют следующие утверждения...

- цель – быстрое получение прибыли;
- товар покупают нечувствительные к цене суперноваторы и новаторы;
- цель – быстрое завоевание доли рынка;
- товар покупают чувствительные к цене группы покупателей.

17 В практике маркетинга маркетинговые исследования являются инструментом, с помощью которого организация может...

- минимизировать затраты;
- повысить качество решения проблем потребителя;
- снизить неопределённость и риск деятельности;
- максимизировать прибыль и рентабельность.

18 В практике маркетинга при определении цены с учётом затрат используются следующие методы...

- расчёт полных затрат;
- расчёт на основе цен конкурентов;
- на основе наценок участников канала товародвижения;
- расчёт суммы покрытия.

19 В практике маркетинга при установлении средней или высокой цены на товар низкого качества фирма придерживается следующих стратегий...

- премиальных наценок;
- среднего уровня;
- ограбления;
- показного блеска.

20 В практике маркетинга противодействующий маркетинг предполагает проведение следующих мероприятий...

- интенсификация сбыта;
- резкое снижение цен;
- распространение информации о вреде и нежелательности потребления товара;
- ограничение доступности товара.

21 В практике маркетинга маркетинговые исследования являются инструментом, с помощью которого организация может...

- повысить качество решения проблем потребителя;
- снизить неопределённость и риск деятельности;
- максимизировать прибыль и рентабельность;
- минимизировать затраты.

22 В практике маркетинга первичная информация должна быть собрана для следующих целей...

- проведение ретроспективного анализа;
- изучение общей экономической ситуации;
- изучение реакции потребителей на новый товар;
- исследование поведения потребителей при проведении мероприятий

стимулирования сбыта.

23 В практике маркетинга при установлении средней или высокой цены на товар низкого качества фирма придерживается следующих стратегий...

- премиальных наценок;
- ограбления;
- среднего уровня;
- показного блеска.

24 В практике маркетинга товарная концепция применяется в случаях, когда ...

- качество товара фирмы значительно выше качества товаров конкурентов;
- организация активно исследует настоящие и будущие потребности клиентов;
- организация сосредотачивает усилия на стимулировании продаж;
- потребитель заинтересован в товарах высокого качества.

25 В практике маркетинга сбытовая концепция применяется, если ...

- имеется достаточно большое число потенциальных покупателей;
- имеются незагруженные производственные мощности;
- усилия концентрируются на исследованиях рынка;
- фирма сосредотачивает усилия на стимулировании сбыта.

26 В теории маркетинга и поведения потребителей покупательская реакция заключается в выборе...

- ценовой политики;
- методов продвижения;
- марки товара;
- условий и времени покупки.

27 В теории маркетинга конкурентная стратегия фокусирования характеризуется тем, что фирма...

- концентрируется на определённой группе потребителей;
- имеет значительную долю на нескольких рынках;
- производит широкую номенклатуру товаров;
- концентрируется на производстве и продвижении одного вида продукции.

28 В теории маркетинга личные продажи характеризуют следующими утверждениями...

- получение возможности диалога и обратной связи с покупателями;
- невысокие удельные затраты на одного потенциального покупателя;
- охват массового рынка;
- обеспечение избирательности и адаптивности к характеристикам покупателей.

29 В теории маркетинга первичная информация характеризуется достоинствами ...

- высокая стоимость получения информации;
- значительные затраты времени на получение информации;
- возможность получения качественных и количественных характеристик объекта исследования;
- известна методика сбора и обработки информации.

30 В теории маркетинга к числу пяти основных конкурирующих сил (по М. Портеру) относят следующие...

- комплектующие изделия;
- влияние поставщиков;
- дополняющие товары;
- потенциальные конкуренты.

31 В теории маркетинга к элементам экономической среды маркетинга относят следующие...

- источники природных топливно-энергетических ресурсов;
- систему налогообложения;
- темпы инфляции;
- законодательство в сфере предпринимательской деятельности.

32 В функции маркетинга не включают...

- подготовку и обучение маркетологов;
- формирование и развитие спроса;
- обеспечение информационной безопасности фирмы;
- обеспечение конкурентоспособности товара фирмы.

Вариант 2

1 Географическим признаком сегментации потребительского рынка является...

- личностные характеристики покупателя;
- возраст покупателя;
- регион проживания;
- покупательская приверженность.

2 Главным в философии маркетинга является...

- концепция рекламной кампании;
- выявление и удовлетворение потребностей потребителя в повышении качества жизни;
- стратегия лидерства по издержкам;
- выбор целевого сегмента рынка.

3 График кривой спроса отражает...

- уровень доходов богатых слоёв населения;
- зависимость количества проданной продукции от цены;
- количество предлагаемых товаров на рынке;
- бюджетную линию на графике потребительского поведения.

4 Демаркетинг применяется для того, чтобы...

- привлечь потребителей конкурирующего товара;
- уменьшить уровень спроса;
- повысить уровень спроса;
- сгладить сезонные колебания спроса.

5 «Демаркетингу» как виду маркетинга, выделенному в зависимости от состояния спроса, не соответствует...

- активизация коммерческих усилий по сбыту товара;
- задача снижения чрезмерного спроса;
- задача переключения побудительных мотивов клиентов на другой товар;
- агрессивная рекламная кампания в целях роста продаж.

6 «Доходность» сегмента представляет собой...

- признак сегментации;
- метод сегментации;
- критерий сегментации;
- характеристику профиля продукта.

7 Заполните пропуск

Для установления причинно-следственных связей между объектами и явлениями проводятся _____ исследования.

- описательные;
- тестовые;
- казуальные;
- разведочные.

8 Если покупатель знает товар, но не знаком с его разновидностями, то задачей маркетинга является...

- сориентировать покупателя на одну модель, сократив время на покупку;
- дать информацию о всех ценах;
- дать полную информацию о новых моделях, незнакомых потребителю;
- создать интерес к товару.

9 Если потребитель приобретает товар, который уже достаточно долго находится на рынке, то по реакции на нововведение он относится к ...

- пионерам;
- новаторам;
- раннему большинству;
- консерваторам.

10 Если фирма «Пекарь» производит четыре разновидности ржаного хлеба и семь

наименований детского печенья, то глубина товарной номенклатуры «ржаной хлеб» равна...

- 7;
- 2;
- 4;
- 11.

11 Закон «О защите прав потребителя» предоставляет потребителям товаров право знать...

- структуру себестоимости;
- изготовителя товара;
- основные потребительские свойства товара;
- технологию изготовления товара.

12 Задача маркетинга на этапе покупки...

- определить под воздействием, каких факторов принимается решение о покупке;
- провести исследования, касающиеся возникновения и осознания потребности;
- развернуть рекламную кампанию с целью формирования потребности;
- исследовать научные источники информации.

13 Изучается социальное положение, образование, доходы. Исследование маркетинга проводится по направлению...

- конкуренты;
- товародвижение;
- потребители;
- внутренняя среда.

14 Изучение товарной структуры фирмы относится к такой функции маркетинга как ...

- сбытовая;
- управления и контроля;
- производственная;
- аналитическая.

15 Информационное обеспечение управления маркетингом относится к функции...

- убеждения и стимулирования;
- сбытовой;
- производственной;
- управления и контроля.

16 К географическим критериям сегментирования относится...

- вероисповедание;
- активность личности;
- климат;
- социальное положение.

17 К группе «потребительских товаров» не относится такой товар как...

- обувь;
- кузнечный пресс;
- одежда;
- пищевая соль.

18 К достоинствам вторичной информации относят...

- возможное обеспечение конфиденциальности;
- отсутствие противоречивых данных;
- высокую скорость получения;
- полное соответствие целям исследования.

19 К комплексу маркетинга не относится ...

- товар;
- место торговой точки;
- стимулирование сбыта;
- цена.

20 К основным инструментам демаркетинга (как виду маркетинга, выделенному в зависимости от состояния спроса), не относят ...

- некоторое повышение цены на товар;
- активную рекламу и стимулирование сбыта, как способы повышения спроса;
- прекращение рекламы для снижения спроса;
- снижение цены на товар.

21 Контактные аудитории включают...

- субъекты, которые непосредственно входят в контакт с предприятием и поставляют ему товары;
- субъекты, которые непосредственно контактируют с предприятием, покупая его товары;
- клиентов, вступающих в контакт с предприятием;
- субъекты, которые могут оказать влияние на способность предприятия достигать поставленных целей.

22 К основным функциям маркетинга не относят...

- разработку плана маркетинга;
- обеспечение информационной безопасности фирмы;
- оптимизацию технологии производства;
- исследование факторов внешней среды маркетинга.

23 К полевому эксперименту относится ...

- продажа кофе в обычном розничном магазине с варьированием цены;
- продажа кофе в стимулированном магазине с варьированием цены;
- продажа кофе в студенческом буфете;
- предложение кофе во время перерыва на конференции.

24 К преимуществам внешней вторичной информации не относится ...

- новизна и актуальность данных;
- достаточная доступность;
- дешевизна;
- отсутствие необходимости в организации исследования для сбора этих данных.

25 К факторам внешней маркетинговой макросреды не относят ...

- посредников и поставщиков;
- потребителей;
- экономические факторы;
- научно-технические факторы.

26 К факторам макросреды не относят...

- природные факторы;
- конкурентов;
- социально-культурные факторы;
- поставщиков.

27 К факторам микросреды маркетинга не относят...

- природные факторы;
- конкурентов;
- поставщиков;

МДК.03.03. Стилистика и создание имиджа

Для каждого обучающегося - 2 вопроса из предложенных. Необходимо подготовить письменный ответ на вопросы. Там, где есть необходимость описания технологического процесса - заполнить технологическую карту.

1. Расскажите об ассортименте препаратов и инструментов, предлагаемых фирмой «Е8ТЕБ» для текстурирования волос, для ухода за волосами.
2. Расскажите о правилах проведения консультации и диагностики волос перед выполнением укладки, завивки.
3. Расскажите о линии продуктов Е8ТЕЕ СОРОК 8У8ТЕМ (назначение, виды, технология использования).
4. Расскажите о правилах проведения консультационного диалога состояния волос перед окраской.
5. Расскажите о теории цвета. Объясните принцип нумерации красителей Е88ЕХ, ВЕ Ы1ХЕ фирмы «Е8ТЕЕ».
6. Дайте определение понятию «декапирование». Расскажите о назначении и технологии выполнения данной процедуры профессиональными препаратами фирмы «Е8ТЕЕ».
7. Расскажите о профессиональных препаратах для блондирования волос, предлагаемых фирмой «Е8ТЕБ» (область применения, мощность осветления, рекомендации по смешиванию, время выдержки, последующая обработка).
8. Дайте определение понятию «классическое колорирование». Расскажите о подготовительных видах работ перед выполнением классического колорирования волос.
9. Дайте определение понятию «блондирование волос». Расскажите об особенностях выполнения блондирования волос препаратами фирмы «Е8ТЕБ».
10. Расскажите о назначении и технике применения полу перманентного красителя фирмы «Е8ТЕБ» ВЕ ЕИХЕ Н1СН ЕБА8Н
11. Расскажите о профессиональном красителе Е88ЕХ фирмы «Е8ТЕБ» (область применения, мощность осветления, способ применения, последующая обработка).
12. Расскажите о назначении и технике применения красителя фирмы КА8ШОХ - «Е8ТЕБ»
13. Расскажите о назначении и технике применения красителя фирмы - Специальная «Е8ТЕБ» осветляющая серия 808
14. Расскажите о назначении и технике применения красителя фирмы - «Е8ТЕБ» НАЙТЕ СОИТИКЕ Е8ТЕБ
15. Расскажите о назначении и технике применения красителя фирмы - «Е8ТЕБ» ВЕ ЕИХЕ
16. Расскажите об особенностях выполнении окраски ранее осветленных волос в натуральный цвет, по технической рецептуре, предлагаемой фирмой «Е8ТЕЕ»
17. Расскажите, на примере перманентных красителей фирмы «Е8ТЕЕ», об особенностях окрашивания седых волос. Расскажите о красителе «ВЕ ЕИХЕ 81ЕУЕК» фирмы «Е8ТЕЕ» (область применения, рекомендации по смешиванию, время выдержки, последующая обработка).
18. Дайте определение понятию «пастельное тонирование волос». Расскажите о технологии выполнения пастельного тонирования волос (препаратами фирмы «Е8ТЕБ»).

На основе продукции фирмы «Е8ТЕЕ», расскажите о специальном средстве, применяемом в окраске волос-корректор (область применения, рекомендации по смешиванию с красителем и окислителем).

20. На основе продукции фирмы «Е8ТЕБЬ», расскажите о правилах использования корректоров для нейтрализации нежелательного оттенка.
21. Объяснить принцип действия перманентных и полуперманентных красителей «8E №8 ВЕ БТХЕ ». на волосы. Рассказать о достоинствах и недостатках данных препаратов для окраски.
22. Рассказать о факторах, влияющих на стойкость цвета волос, полученного в результате окраски. Перечислить и охарактеризовать профессиональные препараты фирмы «Е8ТЕБЬ», предназначенные для ухода за окрашенными волосами.
23. Рассказать о брондировании волос (назначение, особенности выполнения).
24. Перечислить существующие виды укладок. Рассказать о технологии выполнения качественной укладки волос с помощью фена и специальных щеток.
25. Перечислите средства, материала и инструменты, которые используются при итальянском наращивании волос.
26. Расскажите о ленточном наращивании волос (краткое описание наращивания, время на услугу, количество прядей, срок ношения до коррекции, количество коррекций, особенности в ношении, достоинства, недостатки, привыкание).
27. Расскажите об итальянском (горячем) наращивании волос: краткое описание наращивания, время на наращивание, количество прядей, срок ношения до коррекции, количество коррекций, особенности в ношении, достоинства, недостатки, привыкание). Перечислите противопоказания к наращиванию волос. Рассказать о правилах ухода за наращенными волосами.
28. Рассказать о технологии выполнения итальянского наращивания волос.
29. Перечислить и охарактеризовать инструменты и материалы, используемые для горячего наращивания волос (в т.ч. и для снятия наращенных волос).
30. Рассказать о коррекции наращенных волос
31. Перечислить и кратко охарактеризовать существующие виды плетений из кос.
32. Рассказать о «французском плетении» (разновидности плетений, особенности выполнения, преимущества, недостатки).
33. Рассказать о «греческом плетении» (исходная длина волос, количество косичек, дизайн, способ оформления кончика косички). Рассказать о существующих способах разнообразить классические виды плетения. Рассказать о технике выполнения 4-хрядной косы, многопрядной косы, косы с подбором.
34. подбором.
35. Рассказать о правилах ухода за прической - коса. Рассказать о технике расплетения.
36. Дайте определение термину «ламинирование волос». Расскажите о достоинствах и недостатках данной процедуры.
37. недостатках данной процедуры.
38. Перечислите и кратко охарактеризуйте существующие виды процедур аналогичных

3. ТРЕБОВАНИЯ К ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОМУ ЗАЧЕТУ ПО УЧЕБНОЙ/ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

39. Дайте определение термину «ламинирование волос». Расскажите о достоинствах и недостатках данной процедуры.
 40. Дайте определение термину «ламинирование волос». Расскажите о достоинствах и недостатках данной процедуры.
 41. Дайте определение термину «ламинирование волос». Расскажите о достоинствах и недостатках данной процедуры.
 42. Дайте определение термину «ламинирование волос». Расскажите о достоинствах и недостатках данной процедуры.
 43. Дайте определение термину «ламинирование волос». Расскажите о достоинствах и недостатках данной процедуры.
 44. Дайте определение термину «ламинирование волос». Расскажите о достоинствах и недостатках данной процедуры.
 45. Дайте определение термину «ламинирование волос». Расскажите о достоинствах и недостатках данной процедуры.
 46. Дайте определение термину «ламинирование волос». Расскажите о достоинствах и недостатках данной процедуры.
- Контрольный процесс учебной и производственной практикам проводится на основе характеристики обучающегося с места прохождения практики, составленной и проверенной преподавателем образовательного учреждения и представителем организации (базы практики). В характеристику студента обучающимся во время практики, их объем, качество выполнения в соответствии с процессом выполнения и наращивания волос, которой проходила практика (образовательного учреждения для учебной практики, если она проводится на базе ОУ) Дифференцированный зачет по учебной/ производственной практике выставляется на основании данных аттестационного листа (характеристики профессиональной деятельности студента на учебной/производственной практике) с указанием видов работ,

выполненных обучающимся во время учебной/производственной практики, их объема, качества выполнения в соответствии с технологией/требованиями организации, в которой проходила учебная/производственная практика).

4. СТРУКТУРА КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ КВАЛИФИКАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА

4.1. Проверяемые на экзамене по модулю уровень освоения вида деятельности и профессиональных компетенций.

Профессиональные и общие компетенции, которые возможно сгруппировать для проверки	Показатели оценки результата (показатели ПК и ОК)	Результат осуществления процесса/полученного продукта	Выполнил «+»	Не выполнил «-«
ПК 3.1. Создавать имидж клиента на основе анализа индивидуальных особенностей и его потребностей. ПК 3.2. Разрабатывать концепцию художественного образа на основании заказ. ПК3.3. Выполнять художественные образы на основе разработанной концепции.	- обоснованность выбора стрижки в зависимости от направлений моды и структуры волос; - соблюдение технологической последовательности выполнения мужских и женских стрижек в	Представление инструкционно-технологических карт различных стрижек Выполнение основных форм стрижек с последующим оформлением в прическу		

Освоенные ПК (+ ОК)	Показатель оценки результата	Оценка
ПК 3.1. Создавать имидж клиента на основе анализа индивидуальных особенностей и его потребностей. ПК 3.2. Разрабатывать концепцию художественного образа на основании заказ. ПК3.3. Выполнять художественные образы на основе разработанной концепции. ПК 3.4. Разрабатывать предложения по повышению качества обслуживания	- участие в профессиональных конкурсах на различных уровнях; - участие в производственной деятельности учебного заведения; - участие в работе профессиональных семинарах; - участие в творческих проектах; ~ наличие положительных отзывов по производственной практике; - участие в	Да Нет Да

	<p>профориентационной работе учебного заведения;</p> <ul style="list-style-type: none"> - демонстрация интереса к профессиональной деятельности в процессе теоретического и практического обучения. - решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки технологических процессов парикмахерских работ ~~ сопоставление типовых методов решения профессиональных задач с реальной ситуацией - осуществление эффективного поиска информации 	<p>Нет</p> <p>Да</p> <p>Нет (либо зачеркивать)</p>
<p>ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.</p> <p>ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области разработки технологических процессов выполнения стрижек и укладок, окрасок, химических завивок волос, причесок; 	<p>Да</p> <p>Нет</p> <p>Да</p>

<p>ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.</p> <p>ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.</p> <p>ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.</p> <p>ОК06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей.</p> <p>ОК07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.</p> <p>ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - своевременное представление результатов самостоятельной работы; - самоорганизация и самоконтроль в процессе учебной деятельности и производственной практики; - правильная (логичная и целесообразная) организация собственной профессиональной деятельности, постановка целей и выбор методов ее достижения, определение эффективности и качества решения профессиональных задач “ осуществление эффективного поиска необходимой информации; - использование различных источников, включая электронные Интернет-ресурсы; - демонстрация рационального выбора методов поиска, обработки и использования информации в процессе решения профессиональных задач - взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения; - соблюдение требований деловой культуры; - соблюдение этических норм; - способность к коллективной работе, - демонстрация навыков корректного общения с коллегами, руководством, клиентами. - демонстрация осознания ответственности за результаты своей работы 	<p>Нет Да Нет (либо зачеркивать) Да Нет Да Нет Да Нет (либо зачеркивать) Да</p>
--	--	---

<p>ОК09 .Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности. ОК 10 .Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке. ОК11 .Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки технологических процессов парикмахерских работ; - грамотный анализ ситуации, определение алгоритма действий в данной ситуации, демонстрация осознания ответственности за результаты своей работы ~ использование различных источников, включая электронные интернет ресурсы - выполнение заданий учебно-производственной деятельности с помощью компьютерных технологий; - применение оргтехники при подготовке учебных и производственных заданий и их оформлении; - обоснованное использование информационно-коммуникационных технологий в процессе обучения 	<p>Нет Да Нет (либо зачеркивать)</p>
--	---	--

ПАСПОРТ ЭКЗАМЕНАТОРА

5.2 .Назначение:

КОМ предназначен для контроля и оценки результатов освоения профессионального модуля **ПМ.ОЗ. Создание имиджа, разработка и выполнение художественного образа на основании заказа.**

Квалификационный экзамен проводится в виде выполнения практических заданий по видам профессиональной деятельности

- **Создание имиджа, разработка и выполнение художественного образа на основании заказа**

при заданных условиях:

Каждому обучающемуся представляется бланк задания. Условием положительной аттестации (виды деятельности освоены), на демонстрационном экзамене, является положительная оценка освоения всех профессиональных компетенций по контролируемым показателям. При отрицательном заключении хотя бы по одной из профессиональных компетенций принимается решение «вид деятельности не освоен».

В процессе проведения демонстрационного экзамена происходит опора на результаты изучения междисциплинарного курса, материалы портфолио, экспертную оценку работодателя в процессе производственной практики. Результат демонстрационного экзамена: вид деятельности «освоен/не освоен».

ЗАДАНИЕ ДЛЯ ЭКЗАМЕНУЮЩЕГОСЯ

Инструкция:

1. Внимательно прочитайте задание.

1. Вы можете воспользоваться: препаратами для окраски волос фирмы «E8TEE»

2. Материалами по уходу за волосами

Время выполнения задания ~ 3 часа 50 минут (230 минут).

Последовательность и условия выполнения частей задания:

Практическое задание на умение применять современные технологии и новые методы обработки волос	
1	<ul style="list-style-type: none"> - подготовьте место к работе; - заполните лист диагностики волос и напишите технический рецепт выполнения «экранирования волос», в графе «уход» перечислите средства по уходу за волосами для клиента (модели) в домашних условиях; - произведите выбор необходимых материалов и выполните «экранирование» волос; - выполните стрижку волос комбинированной формы; - выполните современную укладку волос (воздушную); - выполните заключительные виды работ после оказания парикмахерских услуг.
Задание на знание показателей качества продукции (услуги); путей повышения качества услуг и обслуживания	
2	В письменном ответе:
	- перечислите виды возможных дефектов при выполнении первого задания, причины возникновения дефектов и меры по их устранению
Презентация практической работы:	
3	- используя правила успешного публичного выступления, представьте выполненную практическую часть экзаменационного задания

ПЛАН ПРЕЗЕНТАЦИИ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО ЗАДАНИЯ

1. Представьтесь.
2. Озвучьте кратко цель практического задания.
3. Обоснуйте выбор материалов и технический рецепт (стрижка, окраска, текстурирование и др.).
4. Оцените полученный результат. Перечислите виды возможных дефектов при

выполнении практического задания предложите и меры по их устранению. Ответьте на вопрос: «Достигнута ли поставленная в практическом задании цель?» Ответ обоснуйте.

**КОМПЛЕКТ НЕОБХОДИМЫХ ИНСТРУМЕНТОВ,
ПРИСПОСОБЛЕНИЙ для проведения экзамена (на одного
экзаменуемого)**

Расчески, щетки			Примечание (кол-во, особенности и пр.)
1.	Расческа классическая (мужская)		Например, фирмы Триумф № 253
2.	Расческа классическая (женская)		
3.	Расческа-«хвостик»		
4.	Расческа-«вилка»		
5.	Расческа с ручкой		
6.	Щетка «Дубль» (двусторонняя)		
7.	Щетка большая прямоугольная		
8.	Брашинг (комбинированная щетина - натуральный + пластиковые зубцы). Диаметры - 35 мм и 45 мм	Ф	
Режущий инструмент			
9.	Ножницы прямые (5,5 дюймов)		
10.	Ножницы филировочные односторонние зубцов	Ю	
11.	Бритва филировочная + лезвия		
12.	Электрическая машинка для стрижки волос с насадками	с	
Инструмент для укладки и завивки			
13.	Фен профессиональный (мощность не менее 1800 Вт)	е	
14.	Коклюшки (для хим. завивки)		
Приспособления			
15.	Кисточка-расческа		
16.	Кисточка узкая		

17.	Перчатки виниловые		
18.	Мерный стакан		
19.	Бумага для накручивания концов волос		
20.	Поролоновая губка с держателем		
21.	Парикмахерские зажимы		
22.	Миска для красителя		
23.	Пульверизатор		
24.	Кисть-смётка		
25.	Фольга		
Парикмахерское бельё			
26.	Рабочая одежда (передник, халат, рубашка, туника, фартук-юбка и т.п.)		
27.	Пеньюар для стрижки		
28.	Пеньюар для окраски		
29.	Защитные подворотнички		
30.	Учебная манекен-голова		
31.	Штатив настольный для крепления манекена головы (учебной головы)		
32.	Щипцы-выпрямители (парикмахерский «утюжок» с узкими рабочими полотнами)		
33.	Щипцы классические, 19 мм		
34.	Насадка для фена - «диффузор»		
35.	Машинка окантовочная		

III КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Выполнение задания:

- ознакомление с заданием:
- обращение в ходе задания к информационным источникам;
- рациональное распределение времени на выполнение задания;
- последовательное выполнение заданий в установленном порядке;
- представление выполненных заданий перед экзаменационной комиссией;
- представление портфолио;
- ответы на вопросы членов экзаменационной комиссии.

5.3. Защита портфолио

5.3.1. Тип портфолио смешанный (*портфолио документов, портфолио работ, рефлексивный портфолио*)

5.3.2. Проверяемые результаты обучения:

Общие компетенции, для проверки которых используется портфолио:

Код	Наименование результата обучения
ОК 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.
ОК 2.	Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.
ОК 4.	Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.
ОК 5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 6.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей.
ОК 7.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 8.	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.
ОК 9.	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК.10	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке.
ОКИ	Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

**Приложение 1
РЕГИСТРАЦИОННАЯ КАРТОЧКА
ОКРАСКА ВОЛОС**

Имя, фамилия клиента: Имя мастера

Дата:

Описание волос:

Форма	Длина	Текстура	Плотность	Пористость
<input type="checkbox"/> прямые	<input type="checkbox"/> короткие	<input type="checkbox"/> жесткие	<input type="checkbox"/> редкие	<input type="checkbox"/> сильно пористые
<input type="checkbox"/> волнистые	<input type="checkbox"/> средние	<input type="checkbox"/> средние	<input type="checkbox"/> средние	<input type="checkbox"/> пористые
<input type="checkbox"/> кудрявые	<input type="checkbox"/> длинные	<input type="checkbox"/> тонкие	<input type="checkbox"/> густые	<input type="checkbox"/> нормальные
				<input type="checkbox"/> очень влагостойкие
				<input type="checkbox"/> прошедшие перманентную завивку

Состояние кожи головы:

<input type="checkbox"/> нормальная	<input type="checkbox"/> сухая	<input type="checkbox"/> жирная	<input type="checkbox"/> чувствительная
Состояние волос:			

нормальные

сухие

жирные

неоднородные I

Желание клиента:	Техника нанесения (нужное отметить): <input type="checkbox"/> от корней до концов <input type="checkbox"/> по длине + концы 2. Корни <input type="checkbox"/> корни + 2. Выравнивание по длине + концы <input type="checkbox"/> пастельное тонирование <input type="checkbox"/> креативная техника
Состояние волос:	
Натуральный цвет	
Процент непигментированных волос%	
Цвет волос по длине	
Цвет на концах волос	<i>Комментарии</i>
Прочее	Время выдержки:
Что делаем/берем	С теплом (Климазон) мин.
Мягкое тонирование	Без тепла мин.
Тонирование	

Окислительное тонирование

Нормальная окраска

Осветление

Блондирование

Мелирование _____

Прочее _____

Технический рецепт:

Краситель (нюанс) (г)	Окислитель (мл)
Пропорции смешивания:	

Краситель (нюанс) (г)	Окислитель (мл)
Пропорции смешивания:	

Возм. Увеличение

_____ МИН

Заключительная обработка/уход с использованием:

Рекомендации по уходу за волосами в домашних условиях:

Шампунь

Уход _____

Стайлинг

**РЕГИСТРАЦИОННАЯ КАРТОЧКА
ТЕКСТУРИРОВАНИЕ**

Имя, фамилия клиента:		Имя мастера	г. ____
Дата:			

Пожелание клиента:

Завивка для:

- укладки феном
- естественной укладки
- укладки на бигуди
- укладки при помощи диффузора

Цель завивки:

- Сильная завивка
- Нормальная
- Легкая завивка
- Прочее

Характеристика волос:

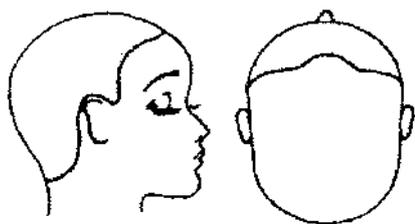
Толщина волос:

- сильные
- нормальные
- тонкие

Состояние волос:

- естественное
- окрашенное
- окрашенные в светлые тона/обесцвеченные
- окрашенные прядями
- Мелирование %

Дополнение:



Выбор бигуди и техника завивки:

Время воздействия:

С теплом (Климазон) _____ мин.

Без тепла _____ мин.

Возм. увеличение ____ мин.

Фиксирование:

Пропорция смешивания: __ : _____

Время воздействия _____ мин.

На инструмент _____ мин.

Раскрученные волосы _____ мин.

<i>Длина волос:</i>	Заключительная обработка/уход с использованием:
o Короткие (до 10 см)	
o Средней длины (10-20 см) o Длинные (свыше 25 см)	за завивкой в
	Рекомендации по уходу домашних условиях: Шампунь Уход Стайлинг
	Прочее
Предварительная обработка:	Примечание:
Препарат для завивки:	РЕЗУЛЬТАТЫ: <input type="checkbox"/> хорошие <input type="checkbox"/> плохие <input type="checkbox"/> завивка
	слишком тугая