

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ
 Декан факультету ФТіД
 Тетяна ІВАНІШЕНА
 "29" серпня 2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Основи розробки власного стилю

Призначення Робочої програми
Рівень вищої освіти
Мова навчання
Обсяг дисципліни, кредитів ЄКТС
Статус дисципліни
Факультет
Кафедра

Для освітніх програм різних спеціальностей
 Перший бакалаврський
 Українська
 4,0
 Вибіркова фахової підготовки Технологій і дизайну
 Технології і конструювання швейних виробів

Форма здобуття освіти	Обсяг дисципліни		Кількість годин						Форма семестрового контролю		
	Кредити ЄКТС	Години	Аудиторні заняття						Самостійна робота, у т.ч. ІРС	Залік	Іспит
			Разом	Лекції	Лабораторні роботи	Практичні заняття	Семінарські заняття				
Д	4,0	120	51	17	34			69	+		
Разом ДФН	4,0	120	51	17	34			69	1		
З	4,0	120	10	4	6			110	+		
Разом ЗФН	4,0	120	10	4	6			110	1		

Робоча програма складена на основі освітніх програм підготовки бакалаврів та стандартів вищої освіти

Робоча програма складена Кулешова д-р. техн. наук, проф. Світлана КУЛЕШОВА

Схвалена на засіданні кафедри ТКШВ Назва Протокол № 1 від 28.08 2024 р.

Зав. кафедри ТКШВ Назва Кулешова Підпис Світлана КУЛЕШОВА Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Робоча програма розглянута та схвалена вченою радою факультету технологій і дизайну

Голова вченої ради факультету Іванішена Тетяна ІВАНІШЕНА

ОСНОВИ РОЗРОБКИ ВЛАСНОГО СТИЛЮ

Тип (статус) дисципліни	Вибіркова фахової підготовки
Освітній рівень	Перший (<i>бакалаврський</i>)
Мова викладання	Українська
Семестр	–
Кількість призначених кредитів ЄКТС	4,0
Форми здобуття освіти, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна

Результати навчання. Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, має: *демонструвати* здатність до абстрактного мислення з метою *вирішення* творчих завдань з розробки фірмового стилю до дизайн-проектів одягу, іміджу, брендової продукції, або для власної професійної діяльності; *визначати* та описувати тип споживача та його проектний образ в концепції розробки власного індивідуального стилю одягу; *застосовувати* знання про методи реалізації та презентації творчої інформації в дизайн-проектах, *пояснювати* механізм дії законів гармонізації кольорових сполучень при формуванні колірної гама швейних виробів різного асортименту; *аналізувати* динамічні зміни кольорів у моді, тренд-колористиці; *характеризувати* психофізіологічні особливості сприйняття форми і кольору одягу; коригувати кольором форми фігури споживача.

Зміст навчальної дисципліни. Моделювання просторів інформаційно-комунікативної складової системи «середовище»: індустрія моди, модні тренди, актуальні тенденції моди. Формування іміджу з запланованим враженням засобами дизайн-проектування швейних виробів: іміджологія та іміджколузінг, капсульний гардероб. Передпроектний та проектний аналіз в дизайні одягу. Основи композиції та кольорознавства швейних виробів. Інноваційні технології дизайн-діяльності швейних виробів: імплементація цифрових інструментів в процес розробки індивідуального проектного образу адресного споживача.

Запланована аудиторна робота: не менше 1/3 від загального обсягу дисципліни.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням наочних методів (слайдів), пояснення, бесіди); лабораторні заняття (з використанням ситуаційних вправ, дискусій), самостійна робота.

Форми оцінювання результатів навчання: захист лабораторних робіт, презентація результатів виконання лабораторних робіт; тестування.

Вид семестрового контролю залік

Навчальні ресурси:

1. Болотова В.О. Іміджологія: текст лекцій для студентів спеціальностей 054 «Соціологія», 061 «Журналістика» / В. О. Болотова, Н. О. Ляшенко, К. А. Агаларова – Харків : НТУ «ХПІ», 2021. – 150 с. http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-ress/55391/1/Book_2021_Bolotova_Imidzholohiia.pdf
2. Бондаренко І. С. Іміджологія: Імідж особистості: навчально-методичний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». – Запоріжжя: ЗНУ, 2014. – 162 с.
3. Мельник М.Т. Індустрія моди : навч. посібник / М.Т.Мельник – Київ: Ліра, 2017. – 264с.
4. Кулешова С. Г. Колір в художньому проектуванні одягу: навч. посібник / С. Г. Кулешова, за редакцією д.т.н., проф. Славінської А. Л. – Хмельницький: ХНУ, 2016. – 395 с.
5. Зубко О. В. Digital технології розробки іміджу споживача / О. В. Зубко, Г.С. Швець, С.Г. Кулешова, А.В. Селезнева // Вісник Хмельницького національного університету Серія: «Технічні науки». – 2023. – №3. – С. 280-287. <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/?p=18262>
6. Основи розробки власного стилю / Модульне середовище для навчання Moodle // Електронний ресурс:– Режим доступу: <https://msn.khmnmu.edu.ua/course/view.php?id=8235>
7. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khmnmu.edu.ua/asp/php_f/p1age_lib.php

Викладачі: д-р. техн. наук, проф. Світлана КУЛЕШОВА

3. Пояснювальна записка

Дисципліна «Основи розробки власного стилю» є однією із вибірових фахових дисциплін і займає вагомe місце у підготовці фахівців освітнього рівня «бакалавр» за спеціальністю 182 Технології легкої промисловості за освітньо-професійною програмою «Конструювання та технології швейних виробів».

Дисципліна висвітлює питання персональної іміджології і формування індивідуального іміджу з запланованим враженням різних стильових напрямків.

Одержані знання використовуються здобувачами освіти при аналізі fashion-трендів та формуванні індивідуального модного капсульного гардеробу з запланованим враженням різних сезонів і стилів одягу.

Мета дисципліни. Поглиблення теоретичної і практичної підготовки фахівця здатного використовувати ключові поняття з галузі персональної іміджології, сучасних уявлень про fashion-тrends та тренд-прогнозування для проектування позитивного індивідуального іміджу.

Предмет дисципліни. Складові індивідуального керованого іміджу особистості.

Завдання дисципліни. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. Здатність приймати обґрунтовані рішення. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. Здатність розв'язувати широке коло спеціалізованих проблем та задач у професійній діяльності, обґрунтовуючи вибір методів та запропонованих рішень. Здатність отримувати, зберігати, обробляти та аналізувати інформацію, необхідну для вирішення завдань професійної діяльності, прогнозування якості на усіх етапах проектування, виготовлення та/або реалізації виробів легкої промисловості.

Результати навчання. Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: Застосовувати абстрактне мислення у розв'язуванні складних спеціалізованих задач з виробництва та технології легкої промисловості. Знати і розуміти фундаментальні та прикладні науки на рівні, необхідному для досягнення інших результатів освітньої програми. Володіти професійною термінологією та основними поняттями з дизайну та кольорознавства, матеріалознавства, конструювання, технології. Мати навички самостійного виконання типових професійних завдань, керівництва групою та наставництва. Застосовувати у проектно-художній діяльності сучасні методики та інноваційні технології для проектування об'єктів дизайну костюма.

4. Структура залікових кредитів дисципліни

Назва розділу (теми)	Кількість годин, відведених на:					
	Денна форма			Заочна форма		
	лекції	лаб. роботи	СРС	лекції	лаб. роботи	СРС
Розділ 1. Система «споживач». Індивідуальний керований імідж	6	10	20	2	3	55
Розділ 2. Система «костюм». Імідж і стиль	6	10	20			
Розділ 3. Система «середовище». Імідж і мода	5	17	29	2	3	55
Разом	17	34	69	4	6	110

5 Програма навчальної дисципліни

5.1 Зміст лекційного курсу*

Номер лекції	Перелік тем лекцій, їх анотації	Кількість годин
1.	Розділ 1. Система «споживач». Персональна іміджелогія. Індивідуальний керований імідж. Задачі, зміст і структура дисципліни. Понятійно-термінологічний апарат. Структура індивідуального (особистісного) іміджу. Іміджмейкінг. Літ.: [1] 5-80; [2] с.4-24	2
2.	Розділ 1. Імідж як стилістична характеристика особистості. Цифрові інструменти створення іміджу. Поняття кольротип людини. Характеристика <i>Сезонної теорії кольору</i> . Літ.: [2] с. 71-75; 90- 100; [4] с. 126-143; [5]; [7] с. 107-132; [16]	2
3.	Розділ 1. Кастомізація одягу як концепція індивідуалізації в сучасних дизайн-практиках. Літ.: [3]; [7] с. 7-54; [8-9]	2
4.	Розділ 2. Система «костюм». Імідж і стиль Основи костюмології. Поняття та значення костюму в іміджелогії. Індивідуальний стиль в одязі. Історичне становлення костюму. Роль одягу та костюму у презентації іміджу людини. Літ.: [2] с. 52-71; [4] с. 126-158; [5]; [12-16]	2
5.	Розділ 2. Імідж та індивідуальний стиль особистості Поняття <i>стиль</i> в іміджелогії. Характеристика класичного, романтичного, фольклорного, спортивного стилю та їх різновидів. Поняття <i>базовий гардероб</i> та вимоги до нього. Правила гармонійного поєднання кольорів у костюмі. Габітарний імідж ділової людини: одяг, взуття та аксесуари. Літ.: [2] с. 76-90; 103-110; [4] с. 177-192; [15]	2
6.	Розділ 2. Еклектика стилів Літ.: [4] 161-175; [8-14]	2
7.	Розділ 3. Система «середовище». Імідж і мода. Мода як індустрія, поняття і основні концепції моди: структура моди, основні закономірності моди. Модні тренди: тенденції розвитку різних стильових напрямків у моді. Становлення та розвиток індустрії моди в Україні. Літ.: [3] с. 12-60; [8-9]; [11]	3
8.	Розділ 3. Прогнозування в моді. Етапи фешн-прогнозування. Види прогнозів у фешн-бізнесі. Методи прогнозування. Експертні методи прогнозування фешн-тенденцій. Літ.: [3] с. 68-86; [4] с. 175-177; [8-9]	2
Разом:		17

Примітка. * Лекційні заняття плануються по 2 години

Перелік оглядових лекцій для студентів заочної форми здобуття освіти

Номер лекції	Тема лекції	Кількість годин
1	Система «споживач». Індивідуальний керований імідж. Цифрові інструменти створення іміджу. Літ.: [2] с. 71-75; 90- 100; [4] с. 126-143; [5]; [7] с. 107-132; [16]	2
2	Система «костюм». Імідж і стиль. Поняття базовий гардероб та вимоги до нього. Правила гармонійного поєднання кольорів у костюмі. Літ.: [2] с. 52-71; [4] с. 126-158; [5]; [12-16]	2
Разом :		4

5.2 Зміст лабораторних занять

Перелік практичних занять для студентів денної форми здобуття освіти

№ з/п	Тема лабораторного (практичного) заняття	Кількість годин
1.	Ідентифікація зовнішнього вигляду споживача. Визначення форми тіла адресного споживача, колірному типу зовнішності, особливостей особистості. Аналіз рекомендацій, формування інформаційної карти адресного споживача. Літ.: [4] 131-158; [7] 8-10; [16]	4
2.	Червоний – базовий колір капсул гардеробу з запланованим враженням. Формування авторських асортиментних капсул гардеробу адресного споживача з запланованим враженням в різних стилях <u>Червоного</u> кольору. Літ.: [4] с.161-164; [15]; [16]	4
3.	Оранжевий+жовтий – базові кольори капсул гардеробу з запланованим враженням на основі еkleктики стилів. Літ.: [4] с. 164-167; [15]; [16]	4
4.	Зелений – базовий колір капсул гардеробу з запланованим враженням в різних стилях. Формування авторських асортиментних капсул гардеробу адресного споживача з запланованим враженням в різних стилях <u>Зеленого</u> кольору. Літ.: [4] с. 167-169; [15]; [16]	4
5.	Блакитний, синій, фіолетовий: базові кольори капсул гардеробу з запланованим враженням. Створення індивідуального образу людини на основі еkleктики стилів. Літ.: [4] с. 169-172; [15]; [16]	4
6.	Ахроматичні кольори – базові кольори капсул гардеробу. Літ.: [4] с. 172-175; [15]; [16]	4
7.	Чоловічі стилі в моді та Fashion-бізнесі. Літ.: [8-11]	4
8.	Family look: тренд, який об'єднує. Літ.: [3]; [8]; [9]; [15]; [16]	6
Разом:		34

Перелік лабораторних робіт для студентів заочної форми здобуття освіти

№ з/п	Тема лабораторного заняття	Кількість годин
1	Ідентифікація зовнішнього вигляду споживача. Визначення форми тіла адресного споживача, колірному типу зовнішності, особливостей особистості. Аналіз рекомендацій, формування інформаційної карти адресного споживача. Літ.: [4] 131-158; [7] 8-10; [16]	2
2	Формування авторських асортиментних капсул гардеробу адресного споживача з запланованим враженням в різних стилях _____ кольору. Літ.: [4] с.161-175; [15]; [16]	4
Разом:		6

У процесі виконання лабораторних робіт з дисципліни студенти денної та заочної форм здобуття освіти набувають практичних навичок, зокрема із: проєктування виробів різного призначення у визначеному стилі; аналізу тенденцій моди та пануючих трендів; проєктування індивідуального стилю в одязі для споживачів різних вікових груп; розробки капсул раціонального гардеробу; формування індивідуального керованого іміджу; виховання у оточуючих художнього смаку і стильової гармонії.

5.3 Зміст самостійної роботи

Самостійна робота студентів усіх форм здобуття освіти полягає у систематичному опрацюванні програмного матеріалу з відповідних джерел інформації, підготовці до виконання і захисту лабораторних робіт, презентацій, тестування з теоретичного матеріалу тощо. Студенти заочної форми здобуття освіти виконують контрольну роботу. Вимоги до її виконання та варіанти визначаються методичними рекомендаціями до виконання контрольних робіт, які кожний студент отримує у період настановної сесії.

Зміст самостійної роботи студентів денної форми здобуття освіти

Номер тижня	Вид самостійної роботи	Кількість годин
1	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 1), підготовка до виконання ЛР 1	3
2	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 1), підготовка до виконання ЛР 1	4
3	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 2), підготовка до захисту ЛР 1 та до виконання ЛР 2. Отримання індивідуального завдання	4
4	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 2), підготовка до захисту ЛР 1 та до виконання ЛР 2	4
5	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 3), підготовка до захисту ЛР 2 та до виконання ЛР 3	4
6	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 3), підготовка до захисту ЛР 2 та до виконання ЛР 3	4
7	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 4). Підготовка до захисту ЛР 3 та до виконання ЛР 4	4
8	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 4). Підготовка до захисту ЛР 3 та до виконання ЛР 4	4
9	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 5). Підготовка до захисту ЛР 4 та до виконання ЛР 5	4
10	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 5). Підготовка до захисту ЛР 4 та до виконання ЛР 5	4
11	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 6). Підготовка до захисту ЛР 5 та до виконання ЛР 6	4
12	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 6). Підготовка до захисту індивідуального заняття Підготовка до захисту ЛР 5 та до виконання ЛР 6	5
13	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 7), підготовка до захисту ЛР 6, підготовка до виконання ЛР 7	4
14	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 7), підготовка до захисту ЛР 6, підготовка до виконання ЛР 7	4
15	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 8), підготовка до захисту ЛР 7; підготовка до виконання ЛР 8	4
16	Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 8), підготовка до захисту ЛР 7; підготовка до виконання ЛР 8	4
17	Підготовка до захисту ЛР 8. Підготовка до тестового контролю (ТК)	5
Разом:		69

6 Технології та методи навчання

Процес навчання з дисципліни ґрунтується на використанні традиційних та сучасних технологій, зокрема: лекції (з використанням методів візуалізації); лабораторні заняття (з використанням smart технологій, тренінгів, майстер-класів, практикумів), самостійна робота, і мають за мету – оволодіння студентами спеціальною термінологією з іміджології і набуття ними практичних навичок аналізу тенденцій моди; формування авторських асортиментних капсул гардеробу адресного споживача з запланованим враженням різного призначення в різних стилях; формування індивідуального керованого іміджу.

Необхідні інструменти, обладнання, програмне забезпечення: комп'ютерна техніка, проектор, пакети прикладних програм, телефон, смартфон, планшет, Інтернет, мобільні додатки.

7 Методи контролю

Поточний контроль здійснюється під час лекційних та лабораторних занять, а також у дні проведення контрольних заходів, встановлених робочою програмою і графіком освітнього процесу. При цьому використовуються такі методи поточного контролю:

- усне опитування перед допуском до лабораторного заняття;
- захист лабораторних робіт і формування звіту по роботі;
- тестовий контроль теоретичного матеріалу

При виведенні підсумкової семестрової оцінки враховуються результати як поточного контролю, так і підсумкового контрольного заходу, який проводиться методом тестування з усього матеріалу дисципліни.

8 Оцінювання результатів навчання студентів у семестрі

Оцінювання академічних досягнень здобувача вищої освіти здійснюється відповідно до «Положення про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ». Кожний вид роботи з дисципліни оцінюється за інституційною **чотирибальною** шкалою і виставляється в електронному журналі обліку успішності. Семестрова підсумкова оцінка визначається як середньозважена з усіх видів навчальної роботи, виконаних і зданих студентом **позитивно**, з урахуванням коефіцієнта вагомості і розраховується в автоматизованому режимі за відповідною програмою. Вагові коефіцієнти змінюються залежно від структури дисципліни і важливості окремих видів її робіт.

Оцінка, яка виставляється за лабораторне заняття, складається з таких елементів: усне опитування студентів перед допуском до виконання лабораторної роботи; знання теоретичного матеріалу з теми роботи; якість оформлення звіту і графічної частини; вільне володіння студентом спеціальною термінологією і уміння професійно обґрунтувати прийняті рішення; своєчасний захист лабораторної роботи.

Термін захисту лабораторної роботи вважається своєчасним, якщо студент захистив її на наступному після виконання роботи занятті. Пропущене лабораторне заняття студент зобов'язаний відпрацювати самостійно у встановлений викладачем термін, але не пізніше, ніж за два тижні до кінця теоретичних занять у семестрі. Засвоєння студентом теоретичного матеріалу з дисципліни оцінюється тестуванням.

Оцінювання знань студентів здійснюється за такими критеріями:

Оцінка за інституційною шкалою	Узагальнений критерій
Відмінно	Студент глибоко і у повному обсязі опанував зміст навчального матеріалу, легко в ньому орієнтується і вміло використовує понятійний апарат; уміє пов'язувати теорію з практикою, вирішувати практичні завдання, впевнено висловлювати і обґрунтовувати свої судження. Відмінна оцінка передбачає,

	логічний виклад відповіді державною мовою (в усній або у письмовій формі), демонструє якісне оформлення роботи і володіння спеціальними інструментами. Студент не вагається при видозміні запитання, вміє робити детальні та узагальнюючі висновки. При відповіді допустив дві–три несуттєві <i>похибки</i> .
Добре	Студент виявив повне засвоєння навчального матеріалу, володіє понятійним апаратом і фаховою термінологією, орієнтується у вивченому матеріалі; свідомо використовує теоретичні знання для вирішення практичних завдань; виклад відповіді грамотний, але у змісті і формі відповіді можуть мати місце окремі неточності, нечіткі формулювання закономірностей тощо. Відповідь студента будується на основі самостійного мислення. Студент у відповіді допустив дві–три <i>несуттєві помилки</i> .
Задовільно	Студент виявив знання основного програмного матеріалу в обсязі, необхідному для подальшого навчання та практичної діяльності за професією, справляється з виконанням практичних завдань, передбачених програмою. Як правило, відповідь студента будується на рівні репродуктивного мислення, студент має слабкі знання структури курсу, допускає неточності і <i>суттєві помилки</i> у відповіді, вагається при відповіді на видозмінене запитання. Разом з тим, набув навичок, необхідних для виконання нескладних практичних завдань, які відповідають мінімальним критеріям оцінювання і володіє знаннями, що дозволяють йому під керівництвом викладача усунути неточності у відповіді.
Незадовільно	Студент виявив розрізнені, безсистемні знання, не вміє виділяти головне і другорядне, допускається помилок у визначенні понять, перекручує їх зміст, хаотично і невпевнено викладає матеріал, не може використовувати теоретичні знання при вирішенні практичних завдань. Як правило, оцінка "незадовільно" виставляється студенту, який не може продовжити навчання без додаткової роботи з вивчення дисципліни.

Структурування дисципліни за видами робіт і оцінювання результатів навчання студентів денної форми здобуття освіти у семестрі за ваговими коефіцієнтами

Аудиторна робота								Контрольні заходи	Семестровий контроль, залік	
Лабораторні роботи №:								Тестовий контроль		
1	2	3	4	5	6	7	8	ТК	За рейтингом	
ВК*:								0,8	0,2	0

Умовні позначення: ВК – ваговий коефіцієнт; ТК – тестовий контроль.

Структурування дисципліни за видами робіт і оцінювання результатів навчання студентів заочної форми здобуття освіти у семестрі за ваговими коефіцієнтами

Аудиторна робота		Самостійна, індивідуальна робота		Семестровий контроль, залік
Лабораторні роботи №:		Контрольна робота		
1	2	Якість виконання	Оцінка за захист	За рейтингом
ВК*:		0,6	0,2	0,2
				0

Оцінювання тестових завдань

Тематичний тестовий контроль для кожного студента складається з тестових завдань. Оцінювання здійснюється за **чотирибальною** шкалою. Відповідність набраних балів за тестове завдання оцінці, що виставляється студенту, представлена у таблиці.

Співвідношення правильних відповідей (%) і оцінки за тест

Відсоток правильних відповідей	0–59	60–74	75–89	90–100
Оцінка за 4-бальною шкалою	2	3	4	5

Якщо студент отримав негативну оцінку, то він має перездати її в установленому порядку, але обов'язково до терміну наступного контролю. Підсумкова семестрова оцінка за інституційною шкалою і шкалою ЄКТС встановлюється в автоматизованому режимі після внесення викладачем усіх оцінок до електронного журналу. Співвідношення інституційної шкали оцінювання і шкали оцінювання ЄКТС наведені у таблиці Співвідношення.

Залік виставляється, якщо середньозважений бал, який отримав студент з дисципліни, знаходиться у межах від 3,00 до 5,00 балів. При цьому за інституційною шкалою ставиться оцінка «зараховано», а за шкалою ЄКТС – буквене позначення оцінки, що відповідає набраній студентом кількості балів відповідно до таблиці Співвідношення.

Співвідношення інституційної шкали оцінювання і шкали оцінювання ЄКТС

Оцінка ЄКТС	Інституційна інтервальна шкала балів	Інституційна оцінка, критерії оцінювання		
A	4,75–5,00	5	Зараховано	Відмінно – глибоке і повне опанування навчального матеріалу і виявлення відповідних умінь та навичок
B	4,25–4,74	4		Добре – повне знання навчального матеріалу з кількома незначними помилками
C	3,75–4,24	4		Добре – в загальному правильна відповідь з двома-трьома суттєвими помилками
D	3,25–3,74	3		Задовільно – неповне опанування програмного матеріалу, але достатнє для практичної діяльності за професією
E	3,00–3,24	3		Задовільно – неповне опанування програмного матеріалу, що задовольняє мінімальні критерії оцінювання
FX	2,00–2,99	2	Незараховано	Незадовільно – безсистемність одержаних знань і неможливість продовжити навчання без додаткових знань з дисципліни
F	0,00–1,99	2		Незадовільно – необхідна серйозна подальша робота і повторне вивчення дисципліни

9 Питання для самоконтролю результатів навчання

1. Індивідуальний імідж в іміджології та соціальному просторі.
2. Поняття *людина, індивід, індивідуальність, особа, особистість*.
3. Особистість як джерело іміджевої інформації.
4. Типології особистості та техніки іміджування.
5. Особистий та публічний імідж: єдність, взаємозв'язок, специфіка.
6. Структура індивідуального (персонального) іміджу та його динамічна модель.
7. Зовнішній та внутрішній іміджі людини.
8. Імідж як продукт соціалізації людини. Етапи формування іміджу особистості.
9. Імідж та його структура.
10. Історичні передумови виникнення іміджології та її соціальні витоки.
11. Іміджологія в комплексі наук.
12. Загальні ознаки іміджу.
13. Функції іміджу.
14. Типи іміджу.
15. Основні вимоги до створення позитивного іміджу.
16. Індивідуальний імідж людини як проекція її особистості.
17. Яким чином в імідже поєднане об'єктивне та суб'єктивне?
18. Чи можливе сформувати імідж штучно?
19. Хто може бути носієм іміджу?
20. Поясніть розбіжності між іміджем та стереотипом.
21. Чи є відмінність між поняттями «іміджологія» та «іміджмейкерство»?
22. Дайте визначення такої науки, як «іміджологія».
23. Коли вперше з'являється термін «імідж» у галузі наукового знання?
24. Дайте визначення Я-концепції та її елементам.
25. Дайте визначення поняттю «самопрезентація».
26. Які види та стратегії самопрезентації Ви знаєте?
27. У чому полягають об'єкт і предмет іміджології?
28. Яке місце іміджології в системі наукового знання?
29. Які основні напрямки роботи фахівців в межах прикладної іміджології?
30. Надати визначення імідждіагностики та іміджмейкінга.
31. Які наукові методи пізнання застосовує іміджологія?
32. Що таке іміджмейкинг?
33. Наведіть приклади прямий та непрямий іміджформуючої інформації.
34. Назвіть основні етапи формування іміджу та поясніть їх зміст.
35. Що включає в себе управління іміджем?
36. Які основні якості, необхідні для успішного позиціонування об'єкту?
37. Види та рівні позиціонування об'єкту.
38. Які основні стадії підвищення іміджу існують?
39. Складові підвищення іміджу об'єкту.
40. Які з механізмів позиціонування особистості грають найбільш важливу роль?
41. Яка людина може бути зацікавленою в новому іміджі?
42. Що таке іміджбілдинг? Які фахівці можуть приймати участь в створенні нового іміджу особистості?
43. Що таке габітусний імідж людини? Які його складові?
44. Типові вимоги для одягу при створенні індивідуального іміджу людини.
45. Весняний тип зовнішності та рішення індивідуального стилю в одязі;
46. Літній тип зовнішності та рішення індивідуального стилю в одязі;
47. Осінній тип зовнішності та рішення індивідуального стилю в одязі;
48. Зимовий тип зовнішності та рішення індивідуального стилю в одязі.
49. Можливості застосування мобільних додатків фахівцями швейної галузі.
50. Використання технологій доповненої реальності в легкій промисловості.
51. Цифрові інструменти створення іміджу.
52. Мобільні додатки, призначені для формування модного гардеробу.
53. Формування капсульного гардеробу з використанням мобільних додатків.
54. Особливості мобільного додатка для гармонійного підбору кольорів в одязі “New Color”
55. Основи костюмології. Поняття та значення костюму в іміджології.
56. Історичне становлення костюму.

58. Функції та роль національного костюму у соціокультурному просторі суспільства.
59. Роль одягу та костюму у презентації іміджу людини.
60. Поняття *стиль* в іміджелогії.
61. Характеристика класичного стилю та їх різновидів.
62. Характеристика романтичного стилю та їх різновидів.
63. Характеристика фольклорного стилю та їх різновидів.
64. Характеристика спортивного стилю та їх різновидів.
65. Поняття *базовий гардероб* та вимоги до нього.
66. Правила гармонійного поєднання кольорів у костюмі.
67. Габітарний імідж ділової людини: одяг, взуття та аксесуари.
68. Поняття *мода* в іміджелогії. Основні наукові підходи до моди.
69. Костюмні факти світової моди у різні соціокультурні та історичні епохи.
70. Як визначити моду в широкому значенні.
71. Які концепції моди найбільш актуальні на початку ХХІ ст.
72. Як визначається коефіцієнт моди.
73. Який економічний зміст коефіцієнта моди.
74. В чому різниця між трендами і тенденціями.
75. Що таке фешн-продукт
76. Які цінності входять до поняття «модність».
77. Як сегментують ринок модних товарів
78. Чим відрізняються товари люкс і преміум класу.
79. Які переваги і недоліки фаст-фешн.
80. Охарактеризуйте поняття палата моди, для чого вона створюється
81. Палата Високої моди, її особливості
82. Чим відрізняється прогноз моди від передбачення.
83. Як використовують прогнози фешн-тенденцій виробники одягу.
84. Які фешн-прогнози необхідні торговому сегменту.
85. Які теорії походження моди можна використовувати при прогнозуванні тенденцій
86. Як визначити етапи життєвого циклу моди.
87. Яка тривалість життєвого циклу модної тенденції.
88. Чим відрізняються глобальні і локальні фешн-тенденції.
89. Які етапи можна виділити в процесі прогнозування моди.
90. Які джерела інформації про майбутні фешн-тенденції.
91. В чому полягає аналіз інформації при прогнозуванні моди.
92. Які види прогнозів використовуються в індустрії моди.
93. Як прогнозують модний колір.
94. Які основні методи прогнозування моди.
95. Які методи найбільш ефективні при довгостроковому фешн-прогнозуванні.
96. При яких прогнозах моди ефективний метод екстраполяції.
97. Які вимоги до застосування при фешн-прогнозі методу аналогії.
98. В чому переваги соціологічного підходу до прогнозування трендів.
99. Хто може виступати у ролі експертів при прогнозуванні моди.
100. Чим відрізняються новатори від тренд-сеттерів.
101. В чому переваги методу Дельфі при фешн-прогнозуванні.
102. Яких споживачів називають тренд-сеттерами.
103. Яким вимогам повинен відповідати прогноз.
104. Які критерії оцінки фешн-прогнозів.

10 Навчально-методичне забезпечення

Освітній процес з дисципліни «Основи розробки власного стилю» в достатній кількості забезпечений необхідною навчально-методичними ресурсами. Зокрема:

1. Кулешова С. Г. Колір в художньому проектуванні одягу: навч. посібник / С. Г. Кулешова, за редакцією д.т.н., проф. Славинської А. Л. – Хмельницький: ХНУ, 2016. – 395 с.
2. «SMART FASHION: гід у світі цифрової моди» : монографія / О.В. Захаркевич, Ю. В Кошевка, С.Г. Кулешова, Г.С. Швець. – Хмельницький : ХНУ, 2023. – 231 с.

11 Рекомендована література

Основна

1. Болотова В.О. Іміджологія: текст лекцій для студентів спеціальностей 054 «Соціологія», 061 «Журналістика» / В. О. Болотова, Н. О. Ляшенко, К. А. Агаларова – Харків : НТУ «ХПІ», 2021. – 150 с. http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-ress/55391/1/Book_2021_Bolotova_Imidzholohiia.pdf
2. Бондаренко І. С. Іміджологія: Імідж особистості: навчально-методичний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». – Запоріжжя: ЗНУ, 2014. – 162 с.
3. Мельник М.Т. Індустрія моди : навч. посібник / М.Т.Мельник – Київ: Ліра, 2017. – 264с.
4. Кулешова С. Г. Колір в художньому проектуванні одягу: навч. посібник / С. Г. Кулешова, за редакцією д.т.н., проф. Славинської А. Л. – Хмельницький: ХНУ, 2016. – 395 с.
5. Зубко О. В. Digital технології розробки іміджу споживача / О. В. Зубко, Г.С. Швець, С.Г. Кулешова, А.В. Селезнева // Вісник Хмельницького національного університету Серія: «Технічні науки». – 2023. – №3. – С. 280-287. <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/?p=18262>

Додаткова

6. План-конспект лекцій «Психологія іміджу та самопрезентації» <http://psychology.univer.kharkov.ua/news2021/NMKDPT/Lisenaya/Image/UK.pdf>
7. «SMART FASHION: гід у світі цифрової моди» : монографія / О.В. Захаркевич, Ю. В Кошевка, С.Г. Кулешова, Г.С. Швець. – Хмельницький : ХНУ, 2023. – 231 с.
8. Лосева М. Теорія моди. Концепції і практики [текст] / М. Лосева. – Харків : Юнісофт, 2021. – 176 с.
9. Мельник М. Т. Мода: від авангарду до япстерів / Мирослав Мельник – К.: MODOSLAV, 2018. – 190 с.
10. Сушик І.В. Етика бізнесу: навч. посіб./ І.В. Сушик, О.Г. Сушик, Я.М. Мартинюк, В.В. Вісин – Луцьк: РВВ Луцький НТУ, 2019. – 268 с.
11. Єременко Антон. Fashion directory of Ukraine. Довідник української моди / Антон Єременко, Зоя Звиняцьківська – К.: ArtHuss, 2020. – 190с.
12. Шульман А. Одяг... та інші важливі речі / Александра Шульман. – ArtHuss, 2021. – 264 с.
13. Тульчинська М. Балачки навколо шафи / Майя Тульчинська. – Дакор, 2021. – 208 с.
14. Мартинюк О. Хочу у fashion! / Оленка Мартинюк. - ArtHuss, 2021. – 208 с.
15. Color Gear: палітра кольорів, [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: https://play.google.com/store/apps/details?id=design.vek.color_gear.lite&hl=uk
16. Dressika Кольоротип зовнішності по фото, [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.standysoftware.colorstyle&hl=uk&gl=US>

12 Інформаційні ресурси

1. Основи розробки власного стилю / Модульне середовище для навчання Moodle // Електронний ресурс:– Режим доступу: <https://msn.khmnu.edu.ua/course/view.php?id=8235>
2. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khmnu.edu.ua/asp/php_f/plage_lib.php
- 3 Репозитарій ХНУ. Режим доступу : <https://library.khmnu.edu.ua/#>.