

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет технологій і дизайну
Кафедра технологій і конструювання швейних виробів

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декаан факультету технологій і дизайну
 Тетяна ІВАНІШЕНА

Підпис

29 серпня 2018 р.



СІЛАБУС

Навчальна дисципліна Основи розробки власного стилю

Освітньо-професійна програма Конструювання та технології швейних виробів

Рівень вищої освіти Перший (бакалаврський)

Загальна інформація

| Позиція | Зміст інформації |
|---------------------------|---|
| Викладач | Кулешова Світлана Геннадіївна |
| Профайл викладача | https://tksv.khmnu.edu.ua/kuleshova/ |
| E-mail викладача(ів) | kuleshovas@khmnu.edu.ua |
| Контактний телефон | 095-536-09-51 |
| Сторінка дисципліни в ІСУ | https://msn.khmnu.edu.ua/course/view.php?id=8235 |
| Консультації | Очні: Відповідно до графіка, встановленого кафедрою; онлайн: за необхідністю та попередньою домовленістю |

Характеристика дисципліни

| Статус дисципліни | Форма здобуття освіти | Курс | Семестр | Загальний обсяг | | Кількість годин | | | | | | | Курсовий проєкт | Курсова робота | Форма семестрового контролю | |
|-------------------|-----------------------|------|---------|-----------------|--------|-------------------|--------|--------------------|-------------------|---------------------|-------------------------------|-------|-----------------|----------------|-----------------------------|--|
| | | | | Кредити ЄКТС | Години | Аудиторні заняття | | | | | Самостійна робота, у т.ч. ІРС | залік | | | іспит | |
| | | | | | | Разом | Лекції | Лабораторні роботи | Практичні заняття | Семінарські заняття | | | | | | |
| В | Д | - | - | 4,0 | 120 | 51 | 17 | 34 | | | 69 | | | + | | |

Анотація дисципліни

Дисципліна «Основи розробки власного стилю» є однією із вибіркових 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 стилєвих 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 і завдання дисципліни

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

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 проєктування, виготовлення та/або реалізації виробів легкої промисловості.

Очікувані 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.

Тематичний і календарний план вивчення дисципліни

| № тижня | Тема лекції | Тема лабораторного заняття | Самостійна робота студента | | |
|---------|--|--|--|------|--|
| | | | зміст | год. | література |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | Система «споживач». Персональна іміджологія. | - | Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 1), підготовка до виконання ЛР 1 | 3 | [1] 5-80; [2] с.4-24 |
| 2 | - | ЛР1. Ідентифікація зовнішнього вигляду споживача. Аналіз рекомендацій, формування інформаційної карти адресного споживача. | Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 1), підготовка до виконання ЛР 1 | 4 | [4] 131-158; [7] 8-10; [16] |
| 3 | Імідж як стилістична характеристика особистості. Цифрові інструменти створення іміджу. | - | Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 2), підготовка до захисту ЛР 1 та до виконання ЛР 2. Отримання індивідуального завдання | 4 | [2] с. 71-75; 90- 100; [4] с. 126-143; [5]; [7] с. 107-132; [16] |
| 4 | - | ЛР2. Червоний – базовий колір капсул гардеробу з запланованим враженням. | Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 2), підготовка до захисту ЛР 1 та до виконання ЛР 2 | 4 | [4] с.161-164; [15]; [16] |
| 5 | Кастомізація одягу як концепція індивідуалізації в сучасних дизайн-практиках. | - | Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 3), підготовка до захисту ЛР 2 та до виконання ЛР 3 | 4 | [3]; [7] с. 7-54; [8-9] |
| 6 | - | ЛР3. Оранжевий+жовтий – базові кольори капсул гардеробу з запланованим враженням на основі еkleктики стилів. | Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 3), підготовка до захисту ЛР 2 та до виконання ЛР 3 | 4 | [4] с. 164-167; [15]; [16] |
| 7 | Система «костюм». Імідж і стиль | - | Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 4). Підготовка до захисту ЛР 3 та до виконання ЛР 4 | 4 | [2] с. 52-71; [4] с. 126-158; [5]; [12-16] |
| 8 | - | ЛР 4. Зелений – базовий колір капсул гардеробу з запланованим враженням в різних стилях. | Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 4). Підготовка до захисту ЛР 3 та до виконання ЛР 4 | 4 | [4] с. 167-169; [15]; [16] |
| 9 | Імідж та індивідуальний стиль особистості | - | Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 5). Підготовка до захисту ЛР 4 та до виконання ЛР 5 | 4 | [2] с. 76-90; 103-110; [4] с. 177-192; [15] |
| 10 | - | ЛР 5. Блакитний, синій, фіолетовий: базові кольори капсул гардеробу з запланованим враженням. | Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 5). Підготовка до захисту ЛР 4 та до виконання ЛР 5 | 4 | [4] с. 169-172; [15]; [16] |
| 11 | Еkleктика стилів | - | Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 6). Підготовка до захисту ЛР 5 та до виконання ЛР 6 | 4 | [4] 161-175; [8-14] |
| 12 | - | ЛР 6. Ахроматичні кольори – базові кольори капсул гардеробу. | Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 6). Підготовка до захисту індивідуального заняття Підготовка до захисту ЛР 5 та до виконання ЛР 6 | 5 | [4] с. 172-175; [15]; [16] |
| 13 | Система «середовище». Імідж і мода | - | Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 7), підготовка до захисту ЛР 6, підготовка до виконання ЛР 7 | 4 | [3] с. 12-60; [8-9]; [11] |

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|----|---------------------------------|---|---|---|-------------------------------------|
| 14 | - | ЛР 7. Чоловічі стилі в моді та fashion-бізнесі. | Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 7), підготовка до захисту ЛР 6, підготовка до виконання ЛР 7 | 4 | [8-11] |
| 15 | Прогнозування в моді, частина 1 | - | Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 8), підготовка до захисту ЛР 7; підготовка до виконання ЛР 8 | 4 | [3] с. 68-86; [4] с. 175-177; [8-9] |
| 16 | - | ЛР 8. Family look: тренд, який об'єднує. | Опрацювання лекційного матеріалу (лек. 8), підготовка до захисту ЛР 7; підготовка до виконання ЛР 8 | 4 | [3]; [8]; [9]; [15]; [16] |
| 17 | Прогнозування в моді, частина 2 | - | Підготовка до захисту ЛР 8. Підготовка до тестового контролю (ТК) | 5 | [1-9] |

Політика дисципліни

Організація освітнього процесу в Університеті відповідає вимогам положень про організаційне і навчально-методичне забезпечення освітнього процесу, освітній програмі та навчальному плану. Студент зобов'язаний відвідувати лекції і лабораторні заняття згідно із розкладом, не запізнюватися на заняття, лабораторні роботи виконувати якісно і відповідно до графіка. Пропущене лабораторне заняття студент зобов'язаний опрацювати самостійно у повному обсязі і відзвітувати перед викладачем не пізніше, ніж за тиждень до чергової атестації. До лабораторних занять студент має підготуватися за відповідною темою і проявляти на занятті активність. Набутті особою знання з дисципліни або її окремих розділів у неформальній освіті зараховуються відповідно до Положення про порядок визнання і зарахування результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ (вебсайт Університету (<https://khmnu.edu.ua/>): розділ «Нормативні документи», рубрика – «Положення», сторінка – «Положення про організацію освітньої діяльності»).

При виконанні лабораторних робіт з дисципліни студент має дотримуватися політики доброчесності. У разі виявлення плагіату він отримує незадовільну оцінку і має виконати лабораторну роботу повторно.

Набутті особою знання з дисципліни або її окремих розділів у неформальній освіті зараховуються відповідно до Положення про порядок визнання та перерахування результатів навчання у ХНУ (<https://khmnu.edu.ua/wp-content/uploads/normatyvni-dokumenty/polozhennya/pro-poryadok-vyznannya-ta-pererahuvannya-rezultativ-navchannya.pdf>).

Критерії оцінювання результатів навчання

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 лабораторною роботою; знання теоретичного матеріалу з теми роботи; якість оформлення звіту; вільне володіння студентом спеціальною термінологією і уміння професійно обґрунтувати прийняті рішення; своєчасна здача лабораторної роботи. Засвоєння студентом теоретичного матеріалу з дисципліни оцінюється тестуванням.

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.

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

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 імідждагностики та іміджмейкінга.
31. Які наукові методи пізнання застосовує іміджологія?
32. Що таке іміджмейкінг?
33. Наведіть приклади прямих та непрямих 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
41. роль?
42. Яка людина може бути зацікавленою в новому іміджі?
43. Що таке іміджбілдинг? Які фахівці можуть приймати участь в створенні
44. нового іміджу особистості?
45. Що таке габітусний імідж людини? Які його складові?
46. Типові вимоги для одягу при створенні індивідуального іміджу людини.
47. Весняний тип зовнішності та рішення індивідуального стилю в одязі;
48. Літній тип зовнішності та рішення індивідуального стилю в одязі;
49. Осінній тип зовнішності та рішення індивідуального стилю в одязі;
50. Зимовий тип зовнішності та рішення індивідуального стилю в одязі.
51. Можливості застосування мобільних додатків фахівцями швейної галузі.
52. Використання технологій доповненої реальності в легкій промисловості.
53. Цифрові інструменти створення іміджу.
54. Мобільні додатки, призначені для формування модного гардеробу.
55. Формування капсульного гардеробу з використанням мобільних додатків.
56. Особливості мобільного додатка для гармонійного підбору кольорів в одязі "New Color"
57. Основи костюмології. Поняття та значення костюму в іміджології.
58. Історичне становлення костюму.
59. Функції та роль національного костюму у соціокультурному просторі суспільства.
60. Роль одягу та костюму у презентації іміджу людини.
61. Поняття *стиль* в іміджології.
62. Характеристика класичного стилю та їх різновидів.
63. Характеристика романтичного стилю та їх різновидів.
64. Характеристика фольклорного стилю та їх різновидів.
65. Характеристика спортивного стилю та їх різновидів.
66. Поняття *базовий гардероб* та вимоги до нього.
67. Правила гармонійного поєднання кольорів у костюмі.
68. Габітарний імідж ділової людини: одяг, взуття та аксесуари.
69. Поняття *мода* в іміджології. Основні наукові підходи до моди.
70. Костюмні факти світової моди у різні соціокультурні та історичні епохи.
71. Як визначити моду в широкому значенні.
72. Які концепції моди найбільш актуальні на початку XXI ст.
73. Як визначається коефіцієнт моди.
74. Який економічний зміст коефіцієнта моди.
75. В чому різниця між трендами і тенденціями.
76. Що таке фешн-продукт
77. Які цінності входять до поняття «модність».
78. Як сегментують ринок модних товарів
79. Чим відрізняються товари люкс і преміум класу.
80. Які переваги і недоліки фаст-фешн.
81. Охарактеризуйте поняття палата моди, для чого вона створюється
82. Палата Високої моди, її особливості
83. Чим відрізняється прогноз моди від передбачення.
84. Як використовують прогнози фешн-тенденцій виробники одягу.
85. Які фешн-прогнози необхідні торговому сегменту.
86. Які теорії походження моди можна використовувати при прогнозуванні тенденцій
87. Як визначити етапи життєвого циклу моди.
88. Яка тривалість життєвого циклу модної тенденції.
89. Чим відрізняються глобальні і локальні фешн-тенденції.
90. Які етапи можна виділити в процесі прогнозування моди.
91. Які джерела інформації про майбутні фешн-тенденції.
92. В чому полягає аналіз інформації при прогнозуванні моди.
93. Які види прогнозів використовуються в індустрії моди.
94. Як прогнозують модний колір.
95. Які основні методи прогнозування моди.
96. Які методи найбільш ефективні при довгостроковому фешн-прогнозуванні.
97. При яких прогнозах моди ефективний метод екстраполяції.
98. Які вимоги до застосування при фешн-прогнозі методу аналогії.

99. В чому переваги соціологічного підходу до прогнозування трендів.
100. Хто може виступати у ролі експертів при прогнозуванні моди.
101. Чим відрізняються новатори від тренд-сеттерів.
102. В чому переваги методу Дельфі при фешн-прогнозуванні.
103. Яких споживачів називають тренд-сеттерами.
104. Яким вимогам повинен відповідати прогноз.
105. Які критерії оцінки фешн-прогнозів.

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_Imidzhologia.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>

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 Кошевко, 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>