МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Астраханской области «Астраханский колледж арт-фэшн индустрии» (ГАПОУ АО «Астраханский колледж арт-фэшн индустрии»)

РАССМОТРЕНО:
на заседании
методического совета
ГАПОУ АО «Астраханский
колледж арт-фэшн индустрии»

Протокол
от_____№_____

УТВЕРЖДЕНО:
Директор
ГАПОУ АО «Астраханский
колледж арт-фэшн индустрии»
_____ Н.В. Бесчастнова

«____» _____20____

М. П.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

«Продвижение новых услуг салона красоты»

Астрахань, 2018

Используемые сокращения:

273-ФЗ «Об образовании в РФ» – Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации";
ДПО – дополнительное профессиональное образование;
ДПП – дополнительные профессиональные программы;
ДОТ – дистанционные образовательные технологии;
ИА – итоговая аттестация;
ИКТ – информационно-коммуникационные технологии;
СПО – среднее профессиональное образование;
ФГОС – федеральный государственный образовательный стандарт;
ЭОР – электронные образовательные ресурсы.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Цель реализации программы

Получение новых компетенций, необходимых для профессиональной деятельности специалиста по предоставлению парикмахерских услуг:

– способность продвижения новых услуг салона красоты в сети Интернет, социальных сетях (на примере Инстаграм), необходимая для выполнения своей профессиональной деятельности.

1.2. Программа разработана на основе профессионального стандарта «Специалист по предоставлению парикмахерских услуг», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 25.12.2014 N1134н.

Вид профессиональной деятельности	Предоставление парикмахерских услуг (Код 33.004)
Возможные наименования должностей (целевая аудитория)	Парикмахер, парикмахер-универсал, женский парикмахер, мужской парикмахер, парикмахер широкого профиля, парикмахер-модельер, парикмахер-стилист, технолог, специалист в области парикмахерского искусства, модельер-художник, мастер по наращиванию волос, мастер постижерного искусства

1.3. Планируемые результаты обучения

Обучающийся должен **знать:**

- способы продвижения услуг салона красоты

Обучающийся должен **уметь:**

- осуществлять поиск, анализ информации в профессиональной деятельности;

- эффективно взаимодействовать с клиентами;
- использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.

1.4. Методы обучения

Методы обучения определяются условиями, при которых образовательный процесс будет эффективным, а именно: компетентностный подход к обучению; практикоориентированность занятий; обеспечение познавательной активности слушателей; создание комфортного психологического климата в группе слушателей; качественное методическое и ресурсное обеспечение процесса повышения квалификации.

Важнейшими условиями успешности освоения программы являются компетентностный подход и активная позиция каждого слушателя, поэтому освоение содержания программы предполагается в деятельностном режиме с применением интерактивных технологий, форм и методов обучения: интерактивные лекции, дискуссии, метод проектов, мозговой штурм.

Программа имеет модульную структуру, состоит из двух модулей, каждый из которых представляет определенный объем учебной информации, необходимой для развития профессиональной компетентности слушателей.

В процессе освоение первого модуля слушатели расширят и систематизируют теоретические знания и практические умения в области продвижения парикмахерских услуг.

Задача второго модуля - научиться осуществлять выбор оптимальных методов и технологий продвижения услуг салона красоты, анализировать рекламный контент, обосновывать выбор того или иного способа продвижения услуг.

С учетом потребностей слушателей, а также новых тенденций в развитии профессионального образования содержание Программы может быть обновлено и дополнено в соответствии с запросами слушателей. Кроме того, по заявкам слушателей могут организовываться индивидуальные и групповые проблемные консультации, не входящие в сетку часов Программы.

Дистанционная поддержка предполагает самостоятельное изучение дополнительных материалов с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном взаимодействии обучающихся и педагогических работников (Глава II. ст. 16 273-ФЗ «Об образовании в РФ»), а также возможность получения консультаций у преподавателей.

1.5. Режим занятий

Определяется нормами предельной учебной нагрузки (в часах), установленных для программ ДПО и предполагает 6 часов в день, в течении одной недели при очной форме обучения или до 4 часов в день в течение 2 недель при очно-заочной форме обучения.

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Учебный план и календарный учебный график

программы повышения квалификации
«Продвижение новых услуг салона красоты»

Категория слушателей и требования к уровню подготовки поступающего на обучение: специалисты в области предоставления парикмахерских услуг, имеющие среднее профессиональное образование или высшее образование.

Срок обучения: 36 часов

Форма обучения и реализации программы:

- очная;
- очно-заочная с применением дистанционных образовательных технологий.

Наименование раздела	**Всего часов /зачетных единиц/**	**в том числе**		
		лекции	**практич. занятия**	**внеауд. самост. работа**
1	2	3	4	5
Первый модуль	14	3	5	6
Продвижение (promotion) - одна из составляющих маркетинг-микса	4	1	1	2
Сайт как эффективный инструмент продвижения услуг салона красоты	4	1	1	2
Способы и инструменты продвижения услуг салона красоты в Инстаграм. Анализ причин отсутствия результатов продвижения услуг салона красоты	6	1	3	2
Второй модуль	22	2	14	6
Эффективный маркетинг в салоне красоты. Организация продвижения услуг салона красоты в соцсетях	4	-	2	2
Создание бесплатного сайта салона красоты на основе Конструктор А5.ru	8	1	5	2
Наполнение контента сайта салона красоты	8	1	5	2
Итоговая аттестация: выполнение и защита индивидуального проекта	2	-	2	-
Всего:	**36**	**5**	**19**	**12**

2.2 Рабочие программы разделов

Наименование темы	Лекции, консультации (количество часов)	Наименование практических занятий или семинаров (количество часов)
1	2	3
Модуль 1. Продвижение новых услуг салона красоты (8 часов)		
1. Продвижение (promotion) - одна из составляющих маркетинг-микса	Элементы маркетинг микса 4Р (Product+Price+Place+Promotional) (1 час)	Анализ способов продвижения, выбор оптимального способа (1 час)
1.2. Сайт как эффективный инструмент продвижения услуг салона красоты	Способы привлечения аудитория на сайты салонов красоты (1 час)	Анализ уникальных торговых предложений (УТП) салонов красоты города (1 час)
1.3. Способы продвижения услуг салона красоты в Instagram. Анализ причин отсутствия результатов продвижения услуг салона красоты.	Массфолловинг, эффективные сервисы для Instagram. (1 час)	Массфолловинг салонов красоты, комментарии понравившихся публикаций (0,5 часа). Анализ причин отсутствия результатов продвижения услуг салона красоты (1 час). Подготовка контента для наполнения аккаунта с использованием специальных сервисов (1 час). Обсуждение результатов работы (0,5 часа)
Модуль 2. Создание контента для продвижения услуг салона красоты (16 часов)		
2.1 Эффективный маркетинг в салоне красоты. Организация продвижения услуг салона красоты в соцсетях.	-	Разработка уникальных торговых предложений (УТП) собственного салона красоты (2 часа)
2.2 Топ-10 бесплатных конструкторов для создания сайтов.	Обзор инструментов для создания сайтов (1 час) Правила наполнения контента (1 час)	Создание бесплатного сайта салона красоты на основе Конструктор А5.ru (5 часов) Наполнение контента (5 часов)
2.3 Подготовка и оформление индивидуального проекта	Подготовка и оформление с помощью пакетов прикладных программ результатов самостоятельной работы в ходе учебной деятельности (2 часа)	
Итоговая аттестация: защита индивидуального проекта (2 часа)		

2.3. Форма аттестации и оценочные материалы

2.3.1. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится по завершению изучения первого модуля. В качестве промежуточной формы контроля качества освоения модуля слушателям предлагается выполнить контрольную работу.

Примеры вопросов для контрольной работы:

1. Маркетинг. Элементы маркетинга.
2. Маркетинговые исследования при открытии салона красоты.
3. Услуги салона красоты. Уникальные торговые предложения.
4. Маркетинг в салоне красоты.
5. Фирменный стиль салона красоты. Преимущества разработки фирменного стиля салона красоты.
6. Ключевые элементы фирменного стиля салона красоты.
7. Варианты разработки фирменного стиля салона красоты.
8. Инструменты для продвижения услуг салона красоты.
9. Успешные акции в салоне красоты.
10. Причины неудачных рекламных акций.
11. Акция «Тест-драйв» в салоне красоты.
12. Акция «Сэмплинг» в салоне красоты.
13. Акция «Раздача листовок» в салоне красоты.
14. Акция «Специальное предложение» в салоне красоты.
15. Конкурсы, розыгрыши, лотереи, игры в салоне красоты.
16. Акция «Счастливый час»» в салоне красоты.
17. Акция «Премиумы (2+1, 3+1)» в салоне красоты.
18. Раскрутка салона красоты через Интернет.
19. Роль рекламных листовок.
20. Формирование клиентской базы через «сарафанное радио».
21. Способы создания сайта. Платформы для создания сайта.
22. Этапы создания сайта.
23. Контент сайта.
24. Способы привлечения аудитории на сайт салона красоты.
25. Организация продвижения услуг салона красоты в социальных сетях.
26. Ошибки при продвижении салона красоты через социальные сети.
27. Причины отсутствия результатов продвижения услуг салона красоты.
28. Способы продвижения услуг салона красоты в Instagram.
29. Специальные сервисы для наполнение аккаунта в Instagram.
30. Массфолловинг.

2.3.2. Итоговая аттестация

Итоговая аттестация является обязательной и осуществляется после освоения Программы в полном объеме. Целью ИА является установление соответствия уровня подготовки слушателя планируемым результатам освоения программы.

ИА проводится в форме защиты проекта сайта, представляющего услуги салона красоты.

По результатам промежуточного контроля, представленные слушателями проекты оцениваются по шкале «зачтено/не зачтено».

Критерии оценки:

«Зачтено» выставляется слушателю, если он твёрдо владеет материалом, показал умения применять полученные знания на практике. Задания выполнены на основе компетентностного подхода и направлены на запланированные результаты. Соблюдено логичное изложение материала.

«Незачтено» получают слушатели, допустившие грубые ошибки в формулировках основных понятий, не умеющие использовать полученные знания на практике, некорректно структурирующие работу, выполненные ими задания не валидны с планируемыми результатами. Плохо прослеживается логика изложения материала. Выводы неполные и нуждаются в корректировке.

2.4. Методические материалы:

Методические рекомендации по выполнению и оформлению индивидуального проекта

Проектирование представляет собой процесс создания проекта – прототипа, прообраза предполагаемого объекта или состояния.

Индивидуальный проект выполняется посредством изученных современных информационных технологий и включает непосредственно проект сайта салона красоты и пояснительную записку с обоснованием выбора темы, ее актуальности, описанием этапов работы над проектом, предложениями по дальнейшему использованию и продвижению продукта проектной деятельности.

Примерное содержание индивидуальных проектов:

- Кейс продвижения салона красоты;
- Способы привлечения аудитории на сайты салонов красоты;
- Сервисы для продвижения салона красоты;
- Этика делового общения в социальных сетях.

На титульной странице пояснительной записки указывается:

- полное наименование образовательного учреждения;
- тема проекта;
- Ф.И.О. автора;
- Ф.И.О. руководителя;
- год.

Оформление текста работы: редактор Microsoft Word, листы формата А 4, поля – все по 2 см, шрифт Times New Roman, кегль 14, интервал — полуторный. Абзацы в тексте начинаются отступом, равным 1,25 см. Текст располагается по ширине. Нумерация страниц проставляется внизу арабскими цифрами по центру в нижнем колонтитуле (номер страницы на титульном листе не проставляется). Объём не более 15 страниц основного печатного текста, при необходимости дополнительно до 10 страниц приложений.

Сведения об источниках (литературы, Интернет-ресурсов) следует располагать в алфавитном порядке.

Текст пояснительной записки вкладывается в папку-скоросшиватель.

3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-технические условия

Лаборатории:

информатики и информационных технологий,

Мастерские:

салон-парикмахерская

Оснащение лабораторий и мастерских:

Рабочее место преподавателя:1 ПК, Интерактивная доска, мультимедийный проектор, выход в сеть Интернет

Рабочих мест лаборатории: 14 ПК с выходом в сеть Интернет

Шкафы для хранения раздаточного дидактического материала и др.

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение

Основные источники:

1. Бабаев А., Евдокимов Н., Боде М., Костин Е., Штарев А., Раскрутка. Секреты эффективного продвижения сайтов. — СПб.: Питер, 2013
2. Воронин С. В., Салон красоты. От бизнес-плана до реального дохода, 2015
3. Митчелл Д., Обнимите своих клиентов. Практика выдающегося обслуживания, 2013
4. Петрова С., Как привлечь клиентов в салон красоты. Практическое руководство, 2013
5. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях, 2013

Электронные издания и ресурсы:

1. Как раскрутить салон красоты с нуля: пошаговая инструкция - http://fb.ru/article/277303/kak-raskrutit-salon-krasotyi-s-nulya-poshagovaya-instruktsiya
2. Фирменный стиль салона красоты - http://dejuredefacto.ru/poleznaya-informatsiya/articles/firmennyj-stil-salona-krasoty/

3. Акции в салоне красоты - http://dejuredefacto.ru/poleznaya-informatsiya/articles/akcii-v-salone-krasoty/
4. Продвижение салона красоты в «ВКонтакте» - http://dejuredefacto.ru/poleznaya-informatsiya/articles/prodvizhenie-salona-krasoty-v-vkontakte/
5. Эффективный маркетинг в салоне красоты - http://salonmarketing.ru/marketing-salona-krasoty/

3.3. Кадровые условия

Кадровое обеспечение программы осуществляет преподавательский состав ГАПОУ АО «АКАФИ».

4. РУКОВОДИТЕЛЬ И СОСТАВИТЕЛИ ПРОГРАММЫ

Руководитель программы: Сокольская Г.К.

Составители программы:

Ушакова Светлана Николаевна, преподаватель _____

Бондаренко Светлана Николаевна, преподаватель _____

Рецензенты программы:

Горячева Ж.А., заместитель директора _____

Шишманова И.В., старший методист _____

Абрамова О.В., преподаватель _____