

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

«Институт Репутационных Технологий «Арт энд Имидж»



Утверждено
Директор
Зеленова У.В.
2019 года

**Программа профессиональной переподготовки
КОНСУЛЬТАНТ ПО СТИЛЮ**

I. Общая характеристика программы

1.1 Цель реализации программы: формирование у слушателей профессиональных компетенций, необходимых для профессиональной деятельности в области персонального шоппинг сопровождения.

Задачи:

- создание предпосылок для формирования мотивации и интереса к профессиональной деятельности в области создания имиджа персоны и шоппинг сопровождения;
- формирование практических навыков по шоппинг сопровождению и построения гармоничного индивидуального стиля персоны.

1.2. Характеристика нового вида профессиональной деятельности

а) Область профессиональной деятельности:

Имидж человека – один из видов социальной коммуникации. Имидж носит личностный характер, за который может зацепиться наше сознание. Реалии сегодняшнего дня таковы, что общество реагирует на предъявляемый имидж, и не стремится разобраться с внутренним миром предъявителя. В ускоряющемся процессе межличностных коммуникаций, при засилии информационных потоков и плотной деловой конкуренции, привлекательно выстроенный имидж является единственным способом грамотной самопрезентации. Одной из главных составляющих имиджа является внешний вид, то в чем человек одет. При выстроенной концепции имиджа у человека появляется прямая необходимость в покупке и создании рационального гардероба. В огромном многообразии брендов и магазинов на рынке, определить четкий бюджет и купить правильно подобранные вещи для обычного человека очень сложно. Специалист по шоппинг сопровождению может существенно сократить время и деньги клиента. Все эти обстоятельства делают профессию Консультант по стилю все более востребованной.

б) Объектами профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки являются:

- частные лица
- многофункциональные учреждения (социально-культурные центры, культурно-спортивные комплексы), учреждения и организации индустрии досуга;

в) Виды профессиональной деятельности:

- творческо-производственная;
- административная и художественная деятельность;
- проектная;
- педагогическая.

- в области производственно-творческой деятельности:

- создание программ и социально-культурных мероприятий, направленных на имиджирование, развитие творческого потенциала личности и коллектива.
- участие в разработке и реализации социально-культурных технологий в области имиджологии в учреждениях и компаниях;
- обеспечение технологического процесса подготовки и проведения шопинг сопровождения;
- популяризация культурного образа жизни;
- создание look-book для клиентов и компаний по визуальному представлению созданных имиджевых концепций
- создание шопинг маршрутов

- в области проектной деятельности:

- участие в разработке и обосновании социально-культурных проектов и программ;
- разработка концепции создания и продвижения имиджа персоны
- оказание консультационной помощи по разработке инновационных проектов и программ в социально-культурной сфере;

- в области педагогической деятельности:

- преподавание теоретических и практических дисциплин в области шопинга в учреждениях дополнительного образования детей и взрослых; заинтересованных организациях и компаниях.

1.3. Требования к результатам освоения программы

Слушатель в результате освоения программы должен обладать следующими общекультурными и профессиональными компетенциями:

а) Общекультурные компетенции

- Владеть культурой мышления, быть способным к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.
- Уметь логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь.
- Быть готовым к кооперации с коллегами, работе в коллективе.
- Быть способным находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность.
- Стремиться к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства.

- Уметь критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков.
- Осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности.
- Использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, быть способным анализировать социально-значимые проблемы и процессы.
- Быть способным понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества; сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе; соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны;
- Владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации; иметь навыки работы с компьютером как средством управления информацией.
- Быть способным работать с информацией в глобальных компьютерных сетях.
- Владеть средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья, быть готовым к достижению должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

б) Профессиональные компетенции

Владеть:

- объективным представлением об имиджологии как области знаний и сфере деятельности;
- основными приемами и техниками имиджирования;
- способами анализа и оценки персонального имиджа;
- организационным подходом к формированию имиджа;
- знаниями по символике цвета, формы, линии, фактуры;
- навыками и управления «языком одежды» клиента;
- умением ориентироваться в модной индустрии и моде, как социокультурном явлении
- анализом сезонных тенденций, выявление ключевых трендов;
- знанием ассортиментной политики брендов и торговых марок, умением ориентироваться в различных ценовых сегментах модной индустрии для эффективного шоппинг сопровождения;
- знаниями по технологии создания и управления базовым гардероб, модным гардероб, сезонным гардероб, ситуативным гардероб;

- знаниями Дресс-Кодов и системы их введения и контроля; умением разрабатывать корпоративные дресс-коды в зависимости от имиджа фирмы.

Уметь:

- Различать символичный язык цвета. Уметь выстроить костюмный ансамбль для конкретного человека в зависимости от его природных данных;
- Проводить снятие цветовых показателей с помощью инструментов имиджмейкера;
- Составить индивидуальную цветовую палитру;
- Определять типы фигур и лиц, разрабатывать методы их коррекции под каждого клиента;
- Различать уровень впечатления через призму формы и фактуры;
- Составлять диаграмму занятости, капсулы под индивидуальный запрос;
- Разбирать гардероб клиента по капсулам;
- Составлять шопинг - листы и шопинг маршруты;
- Формировать базовый и ситуативный гардероб клиента – на основе диаграммы занятости, индивидуальных особенностей клиента, степени консервативности, используя сочетания наиболее предпочтительных стилей одежды.
- Подбирать и комплектовать аксессуарную группу
- Создавать look-book для клиентов и компаний по визуальному представлению созданных имиджевых концепций
- Разрабатывать шопинг листы (листы необходимых покупок)
- Разрабатывать шопинг-маршруты, исходя из бюджета

1.4. Требования к уровню подготовки лиц, необходимому для освоения Программы (уровень образования)

Лица, желающие освоить программу профессиональной переподготовки должны иметь среднее специальное или высшее профессиональное образование.

Наличие указанного образования должно подтверждаться документом государственного или установленного образца.

1.5. Трудоемкость обучения.

Нормативная трудоемкость обучения по программе - 252 часа, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы слушателя.

1.6. Форма обучения

Форма обучения - с отрывом, без отрыва, с частичным отрывом от работы, с использованием дистанционных образовательных технологий.

1.7. Режим занятий

При любой форме обучения учебная нагрузка устанавливается не более 24 часов в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы слушателя.

1.8. Календарный план

Начало занятий определяется формированием группы. В стандартном режиме начало занятий два раза в год – сентябрь и февраль. Длительность освоения программы составляет 11 календарных месяцев.

2. Содержание программы

2.1 Учебный план

Вид занятия	Количество	Семестр I					Семестр II				
		9	10	11	12	1	2	3	4		
Теория	32	28	12	4	8	28	+	+	+	+	
Практика	24	20	8	4	8	20					
Самостоятельная работа	32	29	12	4	8	29	+	+	+	+	
Курсовый проект	16	12	4	4	4	12			+		
Средства обучения	12	12	8	2	2	12	+	+	+	+	
Средства обучения	12	12	8	2	2	12	+	+	+	+	
Средства обучения	24	20	8	4	8	20					
Средства обучения	12	28	12	4	8	28	+		+		
Средства обучения	16	12	8	2	2	12		+	+		
Средства обучения	24	20	8	4	8	20	+			+	
Средства обучения	12	12	8	2	2	12		+		+	
Итого	252	220	106	41	61	220					
Примечание	(Выполненный проект является элементом компетенции выпускника)										
<p>ЛР – лекционная работа, ПК – контрольная работа, РРР – реферат, КП – курсовой проект</p>											

2.2. Предметы курса и краткое содержание.

«Введение в специальность»

Актуальность профессионала консультанта по стилю. Профессионала-стадиониста. Консультанта по стилю. Инструменты и методы работы. Факторы, влияющие на выбор индивидуального стиля человека. Процесс проектирования образа. Выявление потребностей и интересов человека. Построение композиции

Наименование дисциплины	Общая трудоемкость, час	Всего, ауд. час.	Аудиторные занятия, час			СРС, час.	Формы контроля (шт.)			Промежуточная аттестация	
			лекции	Лабораторные работы	Практические занятия		РК	КР	КП	зачет	Экзамен
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Введение в специальность	16	16	10	2	2	16				+	
Технология современного шоппинга	32	28	12	4	8	28	+		+	+	+
Обзор и анализ модных тенденций	24	20	8	4	8	20					
Цветоведение, колористика	32	28	12	4	8	28	+	+		+	
Типология фигур. Коррекционные техники	16	12	4	4	4	12	+	+		+	
Стилистика мужского гардероба	12	12	8	2	2	12	+	+	+	+	
Стилистика женского гардероба	12	12	8	2	2	12	+	+	+	+	
Индустрия моды. Структура и сегментация	24	20	8	4	8	20				+	
Методика построения рационального гардероба	32	28	12	4	8	28	+			+	
Основы материаловедения	16	12	8	2	2	12			+	+	
Методика работы с клиентом	24	20	8	4	8	20	+			+	
Аксессуары	12	12	8	5	6	12		+		+	
Итого	252	220	106	41	66	220					
<i>Итоговая аттестация</i>	<i>(дипломный проект итоговый экзамен, междисциплинарный экзамен .)</i>										
* КР – курсовая работа, РК – контрольная работа, Реф – реферат, КП – курсовой проект											

2.2. Предметы курса и краткое содержание.

«Введение в специальность»

Компетенции профессионала консультанта по стилю. Профессиональная диаграмма. Виды услуг консультанта по стилю. Инструменты и методы работы. Факторы, влияющие на выбор индивидуального стиля персоны. Процесс проектирования имиджа. Выявления потребностей и интересов персоны. Построение концепции

образа клиента. Конструирование имиджа объекта – системный подход, работа с концепциями.

Виды занятий по теме: лекции, семинары, мастер-класс, лабораторные работы, деловая игра, самостоятельная работа. Лабораторная работа «Составляем список услуг», деловая игра «Конструирование имиджа объекта»

Компетенции:

- Знать инструменты и методы работы консультанта по стилю;
- знать факторы влияющие на выбор стиля персоны;
- обладать знаниями компетенций специалиста по шопинг сопровождению;
- обладать знаниями по конструированию имиджа объекта.

«Коррекционные техники»

Типология фигур. Теория иллюзий зрительного восприятия. Визуальная коррекция лица и фигуры. Отработка коррекционных техник на моделях.

Виды занятий по теме: лекции, семинары, мастер-класс, лабораторные работы, самостоятельная работа.

Лабораторная работа на моделях «Коррекция фигуры».

Компетенции:

- определять типы фигур и лиц и разрабатывать методы коррекции под каждого клиента;
- различать уровень впечатления через призму формы и фактуры.

«Цветоведение, колористика»

Механизм цветовосприятия, физика цвета. Цветовое конструирование. Психологическое действие цветов спектра; символическое значение цвета. Цветовые типажи. Колористическая диагностика по природным показателям Корреляция индивидуальной цветовой палитры. Цвет – как маркетинговый инструмент: рекламная и полиграфическая продукция; корпоративная символика.

Виды занятий по теме: лекции, семинары, мастер-класс, тренинг, лабораторные работы, самостоятельная работа.

Лабораторная работа «Работа с красками – создание цвета», лабораторная работа «Колористическая диагностика», лабораторная работа «Корреляция индивидуальной цветовой палитры». Работа в Имидж лаборатории с моделями – определение Цветотипа клиента.

Компетенции:

- Различать символичный язык цвета;
- проводить снятие цветowych показателей с помощью инструментов имиджмейкера;
- составлять индивидуальную цветовую палитру для клиента

«Стилистика мужского гардероба»

Особенности стилистики мужского гардероба. Основы классификации мужских стилей одежды. Характеристика стилей мужской одежды. Цвет и форма как основа эмоционального содержания стиля. Способы стиливых сочетаний. Гармоничные сочетания стилей: кич и антимода. Коэффициент консервативности стилей мужской одежды. Диаграмма занятости. Особенности эмоционального восприятия мужского образа. Алгоритм построения мужского гардероба в зависимости от возраста, социального статуса, типа фигуры коэффициента консервативности, с учетом цветового манипулирования. Грамотная расстановка аксессуарной группы в гардеробе клиента под определенные костюмные ансамбли.

Виды занятий по теме: лекции, семинары, мастер-класс, лабораторные работы, выездные занятия, самостоятельная работа.

Лабораторная работа «Стиливые сочетания в мужском костюме». Выездные занятия: Магазин «Бутик.ru - подбор ситуативного гардероба; магазин PAL ZILERI - подбор базового гардероба;

Компетенции:

- Навыки формирования базового и ситуативного гардероба клиента – на основе диаграммы занятости, индивидуальных особенностей клиента, степени консервативности, используя сочетания наиболее предпочтительных стилей одежды.
- Навыки подбора аксессуарной группы

«Стилистика женского гардероба»

Особенности стилистики женского гардероба. Основы классификации женских стилей одежды. Характеристика стилей женской одежды. Цвет и форма как основа эмоционального содержания стиля. Способы стиливых сочетаний. Гармоничные сочетания стилей: кич и антимода. Базовый гардероб. Создание капсул. Формирование полного гардероба клиента на основе сочетания наиболее предпочтительных стилей одежды. Выбор стиля одежды в зависимости от диаграммы занятости клиента, возраста, параметров фигуры и цветотипа. Особенности эмоционального восприятия женского образа.

Виды занятий по теме: лекции, семинары, мастер-класс, лабораторные работы, выездные занятия, самостоятельная работа.

Лабораторная работа «Стиливые сочетания в женском костюме», лабораторная работа «Стили по заданию, одеваем манекены». Выездные занятия: Магазин «Бутик.ru» - подбор ситуативного, базового гардероба, аксессуарной группы (2 выезда с преподавателем);

Компетенции:

- Навыки формирования базового и ситуативного гардероба клиента – на основе диаграммы занятости, индивидуальных особенностей клиента, степени

- консервативности, используя сочетания наиболее предпочтительных стилей одежды;
- Навыки подбора аксессуарной группы

«Индустрия моды. Структура и сегментация»

Мода как социальная норма. Психология моды. Мода- как индустрия. Рынок моды. Сегменты индустрии моды. Классификация модного продукта. Философии брендов, Креативные и коммерческие особенности компаний. Трендсеттеры как влияние модной индустрии, их распространение и влияние на современный модный рынок, характерные черты. Факторы, влияющие на модный выбор. Влияние модных тенденций на формирование стиля клиента. Способы восприятия и использования модных объектов.

Лабораторная работа «Анализ коллекций»

Виды занятий по теме: лекции, семинары, лабораторные работы, выездные занятия, самостоятельная работа.

Компетенции:

- Знание структуры фэшн индустрии и основных сегментов рынка;
- знания схемы развития модного продукта в определенный период;
- знания рынка брендов;
- знания стилистических особенностей разных брендов;
- навыки классификации брендов по ценовой политике;
- навыки анализа сезонных тенденций, выявление ключевых трендов;
- навыки проведения анализа магазинов для шопинг сопровождения;

«Методика построения рационального гардероба»

Образ жизни, врожденные качества, приобретенный опыт, профессиональная сфера, вкусовые и цветовые предпочтения клиента. Проведение анкетирования клиента.

Снятие текущего зеркального и желаемого показателей имиджа. Сбор и анализ информации о клиенте. Планирование оптимальной структуры взаимодействия.

Презентация визуальной концепции клиенту. Проведение ознакомительной встречи и первой консультации. Построение базы в рациональном гардеробе. Формирование сезонного гардероба. Роль аксессуаров в гардеробе.

Методика построения рационального гардероба в зависимости от стиля жизни клиента.

Виды занятий по теме: лекции, семинары, мастер-класс, , лабораторные работы, самостоятельная работа, работа с реальными людьми – практикум.

Лабораторная работа «Анкетирование и обработка данных о клиенте», Тренинг «Первая консультация». Практикум – Выбираем клиента из круга знакомых, проводим анализ, считываем показатели, создаем концепцию и презентуем группе.

Компетенции:

- Владеть навыками сбора и анализа информации о клиенте;

- владеть навыками проведения анкетирования и обработки данных;
- владеть навыками проведения встреч с клиентом;
- владеть навыками разработки визуальной концепции под реального клиента;
- владеть навыками презентации концепции создания и корректировки имиджа клиенту.

«Основы материаловедения»

Классификация текстильных материалов, их свойства. Современные ткани. Лучшие производители и признанные бренды. Обзор основных материалов: шерсть, шелк, лен и хлопок. Искусственные ткани. История современного производства. Составы тканей, натуральные и смесовые ткани. Применение. Кружева и вышивки. Общие мировые процессы продажи ткани. Усложнение технологий производства, экотекстиль. Шерсть. Как правильно выбрать ткань. Составы современной шерсти. История современного производства. Сложившееся мировое разделение труда. Лучшие производители и признанные бренды. Что говорят нам обозначения Super и микроны. Шелк. Виды шелкового ткачества. Нанесение рисунка на шелк традиционный и компьютерный способы. Монохромные шелка. Лучшие производители. Другие ткани. Лен и хлопок. Искусственные ткани. Из природных веществ, из синтетических полимеров. Смешанные ткани. Производство. Применение. Уход за тканями.

Виды занятий по теме: лекции, семинары, мастер-класс, лабораторные работы, самостоятельная работа, выездные занятия

Выездные занятия: в магазин тканей; в ателье мужского костюма

Лабораторная работа – «Подбор тканей из каталога для пошива по заданию преподавателя»

Компетенции:

- Владеть знаниями в материаловедении;
- различать ткани по визуальному восприятию;
- владеть навыками подбора ткани для пошива одежды под запрос клиента.

«Технология современного шоппинга»

Формула гардероба. Построение рационального гардероба; система «капсул». Календарь покупок. Анализ гардероба клиента. Составление шопинг – листа. Обзор основных брендов мужской и женской одежды. Шопинг маршруты по Москве и Европе. On-line магазины.

Виды занятий по теме: лекции, семинары, мастер-класс, лабораторные работы, выездные занятия, самостоятельная работа.

Практические занятия в Имидж-лаборатории по построению капсул. Лабораторная работа «Разбор гардероба», выездное занятие в «Мега Химки», выездное занятие в «Афимол». Лабораторная работа «Составление шопинг маршрута, по поставленной задаче с учетом бюджета»

Компетенции:

- умение разрабатывать формулу гардероба под образ жизни клиента с учетом обозначенного бюджета;
- умение разбирать гардероб по системе: базовый гардероб, модный гардероб, сезонный гардероб, ситуативный гардероб;
- составление ситуативных капсул: профессиональная, досуг, вечерняя;
- формирование шоп-листа и шоп-маршрута, в зависимости от выбранного сезона, бюджета, города.

«Аксессуары» – как один из ведущих компонентов создания имиджа.

Аксессуары – основные принципы комбинирования и комплектования. Изучение основных видов аксессуаров. Использование аксессуаров при построении костюмного ансамбля согласно законам композиции. Рассмотрение стилей в аксессуарах. Соединение различных по стилю аксессуаров для создания оригинального образа. Соединение теории о цветотипах, стилистики, способах коррекции визуальных особенностей фигуры и лица персоны при выборе аксессуарной группы. Гармоничное включение модных образов в гардероб персоны.

Виды занятий по теме: лекции, семинары, мастер-класс, лабораторные работы, выездные занятия, самостоятельная работа.

Работа в имидж-лаборатории с аксессуарной группой, разбор, анализ, создание образов по техническому заданию преподавателя. Выезды в магазины обуви, аксессуаров.

Компетенции:

- Знать все виды аксессуаров;
- классифицировать аксессуары по стилям;
- комплектовать и комбинировать аксессуары с костюмными ансамблями.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-технические условия реализации программы

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
Аудитории (2 кабинета)	Лекции, семинары, мастер-классы, лабораторные занятия	Компьютер, мультимедийный проектор, экран, флипчарт, ЖК телевизор. 24 посадочных места, столы, стулья
Имидж – Лаборатория	Лабораторные работы,	Гардероб – 2 шт. с полным ассортиментом одежды, обуви, аксессуаров. 2 вешала. 5

(1 кабинет)	практические занятия, лекции, мастер-классы	рабочик мест с зеркалами и профессиональным светом. Компьютер, мультимедийный проектор, экран, флипчарт 16 посадочных мест, столы, стулья.
Фото-видео лаборатория, аудитория (1 кабинет)	Практические и лабораторные занятия, мастер-классы, лекции, семинары	Компьютер, мультимедийный проектор, экран, флипчарт, ЖК телевизор. Фото камера, 2 видеокамеры, штативы, задние фоны, подиум, профессиональный свет, микрофоны. 20 посадочных мест, столы, стулья
Лаборатория ШОУ-РУМ (1 кабинет)	Практические и лабораторные занятия	Аудитория оборудована под шоу-рум. 8 вешал с одеждой, стелажы с обувью и аксессуарами, гардероб, примерочная.
Актовый зал (1 кабинет)	Лекции, семинары, мастер-классы, тренинги, практические занятия, конференции, вебинары	Компьютер, мультимедийный проектор, экран, флипчарт, ЖК телевизор. Оборудование для проведения вебинаров – 2 видео-камеры, штативы, микшерный пульт, микрофоны. 30 посадочных мест, столы , стулья. Возможность увеличить кол-во посадочных мест до 60 (стулья).

4. Оценка качества подготовки

4.1. Текущий контроль и промежуточный контроль - это непрерывно осуществляемый мониторинг усвоения уровня знаний, формирования умений и навыков их применения, развития личностных качеств слушателя за фиксируемый период времени.

Формами текущего контроля могут быть:

- устный опрос;
- письменный опрос;
- тестирование ;
- контрольные работы;
- проверка выполнения индивидуальных домашних заданий, рефератов, докладов, эссе, презентаций;
- проверка выполнения заданий по практике;
- дискуссии, тренинги, круглые столы, творческие проекты: конкурсы, собеседование;
- защиты контрольных работ и рефератов, защиты тем самостоятельной работы;

- контроль выполнения и проверка отчетности по практическим и лабораторным работам;
- зачет по основным предметам, согласно учебного плана

4.2. Итоговая аттестация - выпускников

Итоговая аттестация выпускника заведения является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме.

Целью итоговой аттестации является установление уровня подготовки выпускника к выполнению профессиональных задач.

В ходе итоговой аттестации выпускник должен продемонстрировать результаты обучения (знания, умения, навыки, компетенции), освоенные в процессе подготовки по данной образовательной программе.

Итоговой аттестацией по данной программе является - Выпускная квалификационная работа. Квалификационная работа включает в себя отработку теоретических аспектов на практическом примере базовых дисциплин курса. Результатом работы является Создание рационального гардероба клиента, под его персональный запрос, со списком покупок, бюджетом и шопинг маршрутом.

Тему квалификационной работы (то есть конкретного клиента) слушатель определяет сам, согласовывает и утверждает с преподавателем.

Защита проекта проходит в установленный день перед группой квалификационной комиссии, в состав которой входят ведущие преподаватели.

5. Рекомендуемая литература

1. Мухина Э. Идеальный гардероб: искусство быть стильным. Москва, Астрель, 2007
2. Т.Вудолл, С.Константайн. Одевайтесь правильно, Москва, Фантом пресс, 2006
3. В.Хендерсон, П.Хеншоу. Цвет и стиль. Москва, Кладезь-Букс, 2006
4. Лебон Г. Психология народов и масс. С-Пб., 1995
5. Митчелл Дж. Путь к сердцу клиента. Питер.2006
6. Мельников А. Особенности национального шоппинга. Феномены поведения покупателей. Москва. Вершина, 2006
7. Орбэн Кристин. Шмотки. Роман из мира моды. С-Пб., 2005
8. Сюзи Гершман. Путеводитель по магазинам Италии. Москва, АСТ-Атрель, 2007
9. Гид Cosmopolitan shopping. Шоппинг в большом городе – Fashion books
10. Нерсесов Я.Н. Они определяли моду. Москва, АСТ-Атрель, 2005
11. Гийон Эрнер. Жертвы моды? – С-Пб, из-во Ивана Лимбаха, 2008
12. InStyle Books: Melcher Media. Instyle Style, 2006
13. Панасюк А.Ю. Вам нужен имиджмейкер? Или о том как создавать свой имидж. М, 2000
14. Петренко .Ф. Психосемантика сознания. М, 1988
15. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. Рефл-бук, Ваклер, 2000
16. Психология цвета. Рефл-бук, Ваклер, 1996
17. Рубер Г. О визуальном восприятии некоторых форм. М., 1972

18. Стармер Анна. Цвет. Энциклопедия. Арт-Родник, 2005
19. Фоли Джон. Энциклопедия знаков и символов, М., 1997
20. Иттен И. Искусство цвета, М., 2007
21. Семин О.А., Сайдашева В.А., Панюкова В.В. Искусство торговать. – Дело и сервис, М., 2007
22. Яньшин П.В. Психосемантика цвета. – Речь, Спб, 2006
23. Обухов К. Психотипы потребителей. Ищем своего покупателя.- Модный магазин, 2006, № 1
24. Курс лекций по колористике и цветовому маркетингу Чигиринских А.В.
25. Валери П. Об искусстве: Сборник – искусство, М, 1993

6. Составители программы

Чигиринских Анна Викторовна- ведущий преподаватель Института, куратор и автор программ, имиджмейкер с более, чем 15 летним опытом работы.

Земцова Елена Владимировна – кандидат педагогических наук, психолог, психотерапевт, ведущий преподаватель Института