

**Пояснительная записка**

Программа метапредметного курса «Индивидуальный проект» составлена в соответствии с требованиями к результатам среднего общего образования, утверждёнными Федеральным государственным образовательным стандартом среднего общего образования.

В результате целенаправленной учебной деятельности, осуществляемой в формах учебного исследования, учебного проекта, в ходе освоения системы научных понятий, у выпускников будут заложены: • потребность вникать в суть изучаемых проблем, ставить вопросы, затрагивающие основы знаний, личный, социальный, исторический жизненный опыт; • основы критического отношения к знанию, жизненному опыту; • основы ценностных суждений и оценок; • уважение к величию человеческого разума, позволяющего преодолевать невежество и предрассудки, развивать теоретическое знание, продвигаться установлении взаимопонимания между отдельными людьми и культурами;

Рабочая программа по «Индивидуальному проекту»  включает следующие разделы:

1. Пояснительная записка,

2. Общая характеристика учебного предмета с определением целей и задач его изучения.

3. Место курса биологии в учебном плане.

 4. Результаты освоения курса — личностные, предметные и метапредметные.

5. Содержание курса.

6. Планируемые результаты изучения курса.

7. Примерное тематическое планирование.

**ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА**

Программный материал отражает современные запросы общества и государства к построению образовательного процесса: деятельностный характер обучения, ориентир на метапредметные результаты, развитие информационной грамотности, в том числе и навыков владения ИКТ при освоении образовательных программ. Программа предусматривает поэтапное сопровождение деятельности обучающихся по реализации индивидуального проекта.

Цель: создание условий для разработки, сопровождения и защиты индивидуального проекта обучающимися как обязательного условия достижения метапредметных результатов образования.

Задачи:

Оказание содействия в достижении обучающимися следующих образовательных результатов:

1)      формирование ключевых компетенций;

2)      воспитание самостоятельности, инициативности, ответственности,

3)      повышение мотивации и эффективности учебной деятельности;

4)      умение на практическом уровне выбирать адекватные стоящей задаче средства, принимать решения,

5)      развивать способность к поиску нестандартных решений

Предлагаемый курс рассчитан на 34 ч освоения. Он состоит из нескольких модулей. У обучающегося есть возможность изучить часть теоретического материала.  Программа  является метапредметной, поскольку предполагает освоение ряда понятий, способов действия и организаторских навыков, стоящих «над» предметными способами работы ученика. Несмотря на то, что программа называется «Индивидуальный учебный проект», значительная часть занятий предусматривает групповую и коллективную работу

**Тематический план**

1. Понятие маркетинга

2. Основные функции маркетинга в сфере услуг

3. Рынок услуг в сфере красоты

4. Исходные понятия маркетинга : нужды, потребности, запросы, товар и рынок.

5. Система маркетинговых исследований

6. Информация как основа для принятия маркетинговых решений.

7. Виды информации : первичная, вторичная

8. Основные этапы процесса исследования

9. Важность изучения пожеланий клиента, проведения предварительного опроса, уточнения непонятных моментов

10. Возможные способы и источники получения информации, на основе которой будет построено выявление потребностей клиента

11. Покупательское поведение и риски в индустрии красоты

12. Конкурентоспособность товара, услуги.

13. Жизненный цикл товара, услуги.

14. Цена в комплексе маркетинга сервисной организации

15. Основные стратегии ценообразования, условия их применения.

16. Составление прейскуранта на услуги парикмахерских.

17. Маркетинговые коммуникации

18. Реклама (товарная, корпоративная, социальная, институциональная, политическая).

19. Основные задачи рекламы. Виды, цели и средства рекламы.

20. Система развития стилей.

21. Особенности развития стиля и моды.

22. Художественная система моделирования причесок и стрижек;

23. Факторы формирования стиля и моды.

24. Тенденции моды в стилистике и технологиях парикмахерских услуг в художественной творческой деятельности

25. Принципы индивидуальной особенности и потребности потребите-

26. ля, имиджа клиента;

27. Художественная система – выбор типажа, стилевая направленность, одежда, прическа, макияж

28. Методология проектной деятельности

29. Информационные ресурсы в проектной деятельности

30. Требования к оформлению проекта и критерии оценивания

31. Лабораторная работа подбор материалов, анализ современных стилевых и модных направлений

32. Разработка эскизов и схем причесок и стрижек актуальных модных направлений

33. Разработка концепции имиджа клиента;

34. Создание имиджа клиента на основе анализа индивидуальных особенностей и потребностей;