

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/200698>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Мировая культура моды

-

Введение.

Большинство салонов красоты имеет идентичный спектр услуг. Кроме того, осуществляемая ими деятельность находится практически в едином ценовом сегменте. В этих условиях актуальнейшими для каждого заведения являются вопросы конкурентоспособности и увеличения объема продаж; привлечение новых клиентов и удержание постоянных. Безусловно, часть своих клиентов салоны привлекают удобным местоположением, доступными ценами, наличием дополнительных услуг. Но в условиях рынка в первую очередь необходимо сосредоточить внимание на том, что позволит выделиться среди остальных, чтобы запомниться потребителям. И, если говорить о развитии собственного бренда, то начинать стоит с разработки его фирменного стиля.

Объект курсовой работы - фирменный стиль салона красоты.

Предмет курсовой работы - технология создания фирменного стиля салона красоты.

Цель работы - изучить технологию создания фирменного стиля салона красоты.

Поставленная выше цель работы определила основные задачи, которые будут решаться в данной работе:

- изучить общие характеристики фирменного стиля салона красоты;
- проанализировать ключевые элементы фирменного стиля салона красоты;
- определить виды и способы разработки логотипа салона красоты;
- раскрыть основные технологические вопросы разработки фирменного стиля салона красоты;
- рассмотреть роль фирменного стиля салона красоты в брендинге;

Степень разработанности темы:

По вопросам создания и разработки фирменного стиля уже написано немало книг и научных трудов, проработаны основные принципы создания фирменного стиля, изучены способы воздействия на потребителя через фирменный стиль посредством дизайна и рекламы. Однако время не стоит на месте, и с каждым днем появляются новые тенденции развития фирменного стиля, формируются и разрабатываются новые способы подачи бренда. К тому же, в подаче каждой из сфер услуг и товаров есть своя неповторимая специфика, свои принципы и особенности.

Методологическая основа исследования представлена совокупностью методов научного познания:

- методы эмпирического исследования (наблюдение, сравнение, измерение, эксперимент);
- методы теоретического исследования (абстрагирование, анализ и синтез, идеализация, индукция и дедукция, мысленное моделирование, восхождение от абстрактного к конкретному и др.)

1. Аудит и контроллинг персонала организации [Текст]: Учебное пособие / Под ред. проф. П.Э. Шлендера. – М.: Вузовский учебник, 2014. – 224с.
2. Андреев П. Время менять знаки. «Рекламный мир», № 2(53), февраль 1997.
3. Андреев П. Русский знак. «Рекламный мир», № 3(54), март 1997.
4. Бове К.Л., Аренс У.Ф. Современная реклама. Тольятти, 1995
5. Банникова, Л.Н. Управление персоналом [Текст]: Учебное пособие / Л.Н. Банникова. – Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2015. – 151 с.
6. Бережная, А.И. Создание услуги по компьютерному моделированию причесок для продвижении студии парикмахерского искусства [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.eduherald.ru/ru/article/view?id=13862> (Дата обращения: 02.10.2017).
7. Введение в практическую социальную психологию [Текст] / Под ред. Ю.М. Жукова, Л.А. Петровской, О.В. Соловьевой. – М.: Смысл, 2014. –

377 с.

8. Веснин, В.Р. Менеджмент [Текст]: Учебник / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2014. – 502 с.
9. Виханский, О.С. Менеджмент [Текст]: Учебник / О.С. Виханский, А.И.Наумов. – М.: Экономистъ, 2014. – 670 с.
10. Волков, Ю.Г. Социология [Текст]: Учебник / Ю.Г. Волков, И.В. Мостовая, Под ред. проф. В.И. Добренькова. – М.: Гардарика, 2015. – 576 с.
11. Волконогова, О.Д. Управленческая психология [Текст] / О.Д. Волконогова, А.Т. Зуб. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 352 с.
12. Волошин, Ю.Ю. К понятиям «организационная культура» и «корпоративная культура» [Текст] / Ю.Ю. Волошин // Молодой ученый. 2017. № 35. – С. 29-35.
13. Галкина, Т.П. Социология управления: от группы к команде [Текст]: Учебное пособие / Т.П. Галкина. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 224 с.
14. Горшкова, Л.А. Управление организационной культурой: опыт крупного промышленного предприятия [Текст] / Л.А. Горшкова, В.А. Поплавская, Б.Н. Поплавский // Экономический анализ: теория и практика. 2012. № 21 (276). – С. 19-26.
15. Добреньков, В.И. Управление человеческими ресурсами: социальнопсихологический подход [Текст] / В.И. Добреньков, А.П. Жабин, Ю.А. Афонин. – М.: КДУ, 2014. – 359 с.
16. Егоршин, А.П. Организация труда персонала [Текст]: Учебник / А.П. Егоршин, А.К. Зайцев. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 320 с.
17. Журавлев, А.Л. Нравственно-психологическая регуляция экономической активности [Текст] / А.Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. – 436 с.
18. Забродин, Ю.М. Психология личности и управление человеческими ресурсами [Текст] / Ю.М. Забродин. – М.: Финстатинформ, 2014. – 360с.
19. Зайцев, Л.Г. Организационное поведение [Текст]: Учебник / Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова. – М.: Экономистъ, 2014. – 464 с.
20. Зайцев, Л.Г. Стратегический менеджмент [Текст]: Учебник / Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова. – М.: Экономистъ, 2015. – 528 с.
21. Сервис в салоне красоты [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://dejuredefacto.ru/poleznaya-informatsiya/articles/servis-vsalone-krasoti/> (Дата обращения 10.09.2017)
22. Создание корпоративной культуры в салоне красоты [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://econ.wikireading.ru/27531> (Дата обращения 12.09.2017)
23. Шейн, Э.Х. Организационная культура и лидерство [Текст] / Э.Х. Шейн, Пер. с англ. В.А. Спивака. – СПб.: Питер, 2014. – 336 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/200698>