

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://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/248875>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Эстетика

Содержание

Введение 4

1. Теоретические основы косметологического ухода за кожей рук и ногтями 9

1.1. Косметологический уход за кожей рук и ногтями.....9

1.2. Методы эстетической медицины.....10

1.3. Основные принципы косметологического ухода.....12

1.4. Типичные болезни ногтей 21

2. Методы лечения ногтей и их применение в условиях салона «Sugar me» 28

2.1. Препараты внутреннего воздействия 28

2.2. Препараты наружного применения 38

2.3. Способы обработки зараженных вещей, их дезинфекция 42

2.4. Способы профилактики 45

2.5. Предложения по улучшению ситуации проблемы и их экономическое обоснование. 46

Заключение 52

Список источников и литературы 55

ВВЕДЕНИЕ

Культура человеческого тела и ухода за ним является одним из важных элементов общечеловеческой культуры. Государственная идеология советского периода не придавала существенного значения фактору внешней привлекательности, переносил акцент на внутреннее содержание человеческой личности. Развитие рыночных отношений, освобождение экономики от идеологического диктата государства привели к осознанию индивидуумом важности гармоничного развития, равноправно включающего как внутренний, так и внешний аспекты.

«В человеке всё должно быть прекрасно: и лицо, и одежда, и душа, и мысли...» - писал классик русской литературы Антон Павлович Чехов. Индустрия красоты в настоящее время является одной из самых быстрорастущих и перспективных сфер экономики. Услугами индустрии красоты в той или иной мере пользуется большая часть населения.

В наше время привлекательный внешний вид — необходимый атрибут каждого успешного человека. В целом уровень развития непромышленной сферы является одним из важнейших показателей развития социально-экономического комплекса любой страны. Формируясь под влиянием сложных общественных процессов, он отражает всю совокупность социально-экономических проблем, их динамику и перспективы. В последнее время экономика России столкнулась с определенными трудностями, вызванными падением цен на энергоресурсы, сложной внешнеполитической обстановкой. Наблюдается рост цен на некоторые виды услуг в косметологических салонах и парикмахерских, обусловленный стоимостью профессиональной косметики и косметологических средств, выпускаемых преимущественно иностранными производителями. Еще одну проблему эксперты видят в санкциях, не так давно наложенных западными странами на Россию. От взаимодействия с иностранными партнерами зависит успешная деятельность многих отечественных салонов красоты и клиник эстетической медицины. Макроэкономические проблемы вызвали падение покупательского спроса на ряд товаров и услуг.

Указанная тенденция затронула и индустрию красоты. При этом рынок Beauty-услуг находится в условиях жесткой конкуренции, и компаниям требуется прилагать гораздо больше усилий, чтобы завоевать внимание потребителя. Также следует отметить, что фирмы, предоставляющие Beauty-услуги, в своем большинстве относятся к сегменту малого и среднего бизнеса и не могут себе позволить такие рекламные бюджеты, как, например, производители косметики.

Из сказанного следует, что на сегодняшний день на рынке Beauty-услуг особую актуальность приобретают

технологии, позволяющие снизить расходы на рекламу, не теряя при этом эффективности воздействия на потребителя. Все большую популярность приобретают интернет-технологии, вирусная реклама, кросс-реклама, сарафанное радио и т.п.

Различным аспектам применения указанных технологий посвящено значительное число исследований, однако вопросы использования малобюджетных технологий применительно к продвижению Beauty-услуг остаются недостаточно разработанными в научной и методической литературе.

Степень изученности проблемы Теоретической базой работы послужили публикации отечественных и зарубежных теоретиков, изучающих маркетинг услуг, малобюджетные маркетинговые технологии, инструменты продвижения в среде Интернет, а также проблемы индустрии красоты и способы продвижения Beauty-услуг в условиях ограниченного рекламного бюджета.

В научной и методической литературе вопросам маркетинга услуг традиционно уделяется много внимания. В первую очередь следует отметить работы Ф. Котлера, К. Гренрооса, разработавших авторские модели услуги в комплексе маркетинга, Х. Ворачека, а также монографии и учебные пособия отечественных авторов – А. Л. Разумовской и В. М. Янченко, Е. П. Голубкова [19], В. Н. Стаханова, Д. В., А. А. Белостоцкой, [9] А. В. Круглова.

Отдельные теоретические проблемы маркетинга услуг нашли отражение в статьях И. Д. Котлярова [25], Э. В. Новаторова [33] и других авторов. Ряд теоретических и практических вопросов маркетинга услуг освещают К. Хаксевер, Б. Рендер, Р. Рассел, Р. Мердик.

Теории и практике формирования комплекса маркетинговых мероприятий в условиях ограниченного бюджета посвящены работы зарубежных ученых: Дж. Роса, Дж. К. Левинсона, Э. Розена, Д. Керби, П. Марсенда, а также российских специалистов: И. Б. Манна, Т. С. Третьяковой, О. В. Поповой, И. А. Адамчука, [2] В. Д. Стефановой и других. Вопросы применения низкобюджетных маркетинговых инструментов в среде Интернет исследовали в своих работах Д. В. Козлов, А. В. Маркеева Л. Н. Верченков, Д. В. Ефременко, В. И. Тищенко, Я. Б. Лавриненко, Н. А. Сафонова, В. О. Игнатова [22] и другие авторы. Проблемы индустрии красоты и маркетинга Beauty-услуг также достаточно представлены в научной и практической литературе. Так, С. Ф. Каюмов, [23] М. Ю. Сергеев, И. Пинский предлагают собственные схемы классификации салонов красоты по различным основаниям, рассматривают различные аспекты менеджмента и маркетинга сферы Beauty-услуг. Вопросам организации и менеджмента салонов красоты посвящены статьи С. Е. Бачиловой, [7] Е. И. Соколовой, Т. Н. Лустиной [29], практическое руководство М. Кузнецова, Е. Ивановой.

В настоящей работе также были использованы материалы тематических ресурсов, посвященных индустрии красоты, контент интернет сайтов салонов красоты, публикации в электронных СМИ.

Цель дипломной работы — изучить особенности продвижения салона «Sugar me» с применением малобюджетных технологий.

Для реализации поставленной цели необходимо решить ряд следующих задач:

1. Рассмотреть салон «Sugar me» как рыночный продукт.
2. Проанализировать особенности салона «Sugar me».
3. Рассмотреть малобюджетные технологии продвижения товаров и услуг.

Объект исследования Эстетические проблемы ногтей и способы их решения в салоне «Sugar me».

Предмет исследования салон «Sugar me».

Методологическую основу исследования составляют теоретические разработки в области рекламы и маркетинга зарубежных и отечественных исследователей. Особую важность для настоящего исследования представляют модели и концепции в области маркетинга услуг Эстетических проблем ногтей и способы их решения в салоне «Sugar me».

Новизна исследования заключается в выявлении новых возможностей применения услуг Эстетических проблем ногтей и способы их решения в салоне «Sugar me», предоставляемыми в салоне «Sugar me».

Гипотеза исследования Малобюджетные технологии продвижения являются эффективным инструментом, позволяющим в условиях кризиса и ограниченного рекламного бюджета достичь маркетинговых целей фирмы, специализирующейся на предоставлении Beauty-услуг в салоне «Sugar me».

Структура работы: содержание, введение, двух глав, разделенные на параграфы, заключение, список использованных источников.

Во введении дается общая характеристика исследования и определяется его характер. Оно содержит формулировку заглавной темы, цель и задачи, а также аннотированный обзор использованных источников, приемы и методы работы с ними. Выделяется актуальность и проблематика исследования, его практическая значимость. Раскрывается основная гипотеза и структура работы.

Каждая часть работы завершается обобщением и содержит предварительные выводы, которые впоследствии суммируются в заключении, в котором также подводятся основные итоги работы, делаются обобщающие выводы.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОСМЕТОЛОГИЧЕСКОГО УХОДА ЗА КОЖЕЙ РУК И НОГТЯМИ

1.1. Косметологический уход за кожей рук и ногтями

Часто говорят, что руки выдают истинный возраст, и это потому, что кожа на руках со временем теряет свою упругость, делая ее восприимчивой к морщинам, солнечным пятнам и другим признакам старения. Всем известно слово «маникюр» и все, что с ним связано: подпиливание ногтей, нанесение увлажняющего крема и полировка. Тем не менее, также можно различать некоторые методы для выполнения идеального и профессионального маникюра, специально предназначенные для ухода за нашими ногтями, а также для улучшения и усиления ухода за нашими руками.

Чтобы сохранить ногти красивыми, необходимо поддерживать почти ежедневный и тщательный уход (избегая укусов, сохраняя их увлажненными, очищая кутикулу). В этом вопросе существуют некоторые процедуры по уходу за ногтями на основе маникюра:

Парафиновый маникюр

Этот тип лечения идеально подходит для сухих и поврежденных рук и ногтей, вызванных различными факторами, такими как использование чрезмерно горячей воды, отсутствие перчаток, прямой контакт с мощными средствами и другими химическими элементами.

Парафиновый маникюр проводится в емкости с горячим парафином, в которую человек опускает руки. В зависимости от состояния рук им придется оставаться в воде от 15 до 30 минут, впитывая необходимое питание. Наконец, их вынимают и делают массаж с натуральным маслом, чтобы расслабить и увлажнить руки человека.[4]

Восстанавливающий маникюр

Эта модель маникюра может значительно улучшить кровообращение и состояние самих рук, если они были сухими или запущенными. В восстанавливающем маникюре используются несколько натуральных продуктов для профессиональной дерматологической помощи: алоэ, миндальное масло, водоросли.

Маникюр горячими камнями

Маникюр с использованием горячих камней направлен непосредственно на увлажнение и расслабление рук и ногтей. Во время процедуры руки увлажняются и массируются, как при обычном маникюре. Тем не менее, массаж делается горячими камнями, которые кладут на руку.

Спа-маникюр

В рамках этой группы маникюра, ориентированного на уход за руками и ногтями, спа-маникюр является, пожалуй, наиболее используемым в эстетических центрах. Это связано с тем, что у лечения есть много вариантов методов, поскольку оно может даже использовать погружение рук в парафин. Хотя наиболее распространенными процедурами являются солевой ароматический массаж или увлажняющие маски для рук. Закончить спа-маникюр; применяется обработка кутикулы, срезов и пилочек, а также лак для ногтей в соответствии с любимым цветом каждого человека.

Помимо этих процедур, существуют и традиционные маникюры, ориентированные на уход за ногтями и их красоту: базовый, французский или американский маникюр, а также модный в последнее время художественный маникюр.[4]

1.2. Методы эстетической медицины

Салонные процедуры

Когда обычный крем для рук не справляется, на помощь приходят квалифицированные косметологи. Эффект многих салонных процедур заметен практически сразу. Индустрия красоты предлагает результативные методы на любой вкус:

SPA-уход. Теплые ванночки и распаривания, оздоравливающие обертывания и маски, стимулирующий и разогревающий массаж — все это входит в понятие SPA-ухода, почти не имеющего противопоказаний.

Использование профессиональной косметики и массажных масел помогает сохранить красоту рук и ногтей.

Парафинотерапия. Доступный метод оздоровления, особенно актуальный в холодное время года, когда пересыхает и шелушится кожа на руках. Погружение в очищенный косметический парафин согревает кожу и насыщает ее глубокие слои питательными веществами, ускоряет заживление трещин. Парафинотерапия для рук — простая процедура, эффективность которой повышается в случае использования парафина с полезными добавками: питательными маслами, витаминами Е и А, экстрактами лекарственных растений.[8] Биоревитализация. Регулярные инъекции гиалуроновой кислоты — естественного компонента соединительной и эпителиальной тканей — заполняют имеющиеся морщины и препятствуют появлению новых. Гиалуроновые инъекции стимулируют выработку эластина и коллагена, делают текстуру кожи прочной и однородной.

Мезотерапия. Внутрикожные инъекции витаминов и аминокислот в составе различных косметологических коктейлей насыщают эпидермис питательными веществами и улучшают его структуру: морщинки разглаживаются, кожа становится более здоровой, гладкой и эластичной.

Лазерное омоложение. Фракционный лазер стимулирует процесс естественной выработки коллагена, сокращает морщины и делает их менее глубокими. Оказывает лифтинг-эффект, заметный даже на возрастной коже.

Химический пилинг. Эффективный способ борьбы с пигментными пятнами. Вопреки расхожему убеждению, темные меланиновые пятна на руках могут появиться не только в преклонном возрасте — причиной

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

- 1.Абрамов, С.И. Инвестирование. / С.И. Абрамов. – М.: Центр экономики и маркетинг, 2017. – 345 с
- 2.Адамчук, И. А. Роль маркетинга в малом бизнесе / И. А. Адамчук, В. Д. Стефанова // Территория науки. – 2017. - № 5. – С. 78-84.
- 3.Абрамс, Р. Бизнес-план на 100%. Стратегия и тактика эффективного бизнеса. / Р. Абрамс. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 496 с
- 4.Азбука успеха салона красоты. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.allseason.ru/publics/single/4496/6864>
- 5.Анализ рынка услуг парикмахерских и салонов красоты в России в 2010-2014 гг., прогноз на 2015-2019 гг. Демонстрационная версия [Электронный ресурс] // BusinesStat. Готовые обзоры рынков. – Режим доступа: http://businesstat.ru/images/demo/hair_salons_and_beauty_salons_russia_2015.pdf.
- 6.Андрианов, А.Ю. Инвестиции: учебник / А.Ю. Андрианов, С.В. Валдайцев, П.В. Воробьев. – М.: Проспект Велби, 2017. – 520 с.
- 7.Баринов, В.А. Бизнес-планирование. / В.А. Баринов. – М.: ФОРУМ, 2017. – 256 с.
- 8.Бачилова, С. Е. Применение инструментов управления качеством для решения проблемы снижения спроса на услуги в ООО «Образ и стиль» / 94 С. Е. Бачилова, Е. И. Соколова // Сервис в России и за рубежом. – 2017. - № 1. – С. 216-221
- 9.Белостоцкая, А. А. Оценка качества в системе маркетинга услуг : учеб. пособие / А. А. Белостоцкая, А. В. Круглов. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2019. – 77 с
- 10.Бланк, И.А. Основы финансового менеджмента. / И.А. Бланк. – М.: Омега-Л, 2017. – 580 с
- 11.Бочаров, В.В. Методы финансирования инвестиционной деятельности предприятий. / В.В. Бочаров. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 387 с.
- 12.Бронникова, Т.С. Бизнес план проекта. / Т.С. Бронникова. – М.: Альфа-М, 2017. – 24 с
- 13.Булавкина, Л. В. Сказка о рыбаке и рыбке в социальных сетях / Л.В. Булавкина // Маркетинговые коммуникации. - 2018. №1. - С.10-15.
- 14.Василюк, И. На «рынке красоты» Сибири борьба идет, прежде всего, за неискушенного клиента [Электронный ресурс] / И. Василюк // Resfo.ru. Сибирский бизнес-обозреватель. 12.03.2017. – Режим доступа: <http://resfo.ru/actual/6876-na-rynke-krasoty-sibiri-borbaidet-prezhde-vsego-za-neiskushennogo-klienta.html>.
- 15.Виленский, П.Л. Оценка эффективности инвестиций с учетом экономической среды. / П.Л. Виленский, В.Н. Лившиц.: Аудит и финансовый анализ, 2017. – №6. – С. 93-96.
- 16.Воротилова, Н.Н. Управление инвестициями: учебное пособие / Н.Н. Воротилова, М.А. Каткова, Ю.Н. Мальцева. – М.: Дашков и К, 2018. – 188 с.
- 17.Ворачек, Х. О состоянии «теории маркетинга услуг» / Х. О. Ворачек // Проблемы теории и практики управления. – 2017. – № 1. – С. 99-103
- 18.Головань, С.И. Бизнес-планирование. / С.И. Головань. – М.: Феникс, 2018. – 320 с.
- 19.Голубков, Е. П. Проектирование элементов комплекса маркетинга: формирование продуктовой политики / Е. П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2018. – № 5. – С. 117-138.

20. Дегтяренко, В.Н. Оценка эффективности инвестиционных проектов. / В.Н. 74 Дегтяренко. – М.: Экспертное бюро, 2017
21. Дерен, И. И. Методические основы региональных коммуникационных стратегий на рынке потребителей услуг и продукции индустрии красоты / И. И. Дерен, П. А. Сапожников // Terra Economicus. – 2017. – Т. 10. – № 1-2. – С. 144-148.
22. Игнатова, В.О. Способы продвижения интернет-ресурса в современном информационном пространстве / В. О. Игнатова // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2018. – № 5. – С. 79-83.
23. Каюмов, С. Ф. Прибыльный салон красоты. Советы владельцам и управляющим / С. Ф. Каюмов, М. Ю. Сергеев. – СПб. : Питер, 2019. – 320 с.
24. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф. Котлер. – 2-е изд. – Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб. : Питер, 2017. – 464 с.
25. Котляров, И. Д. Сочетание характеристик товара и услуги в продукте: попытка анализа / И. Д. Котляров // Вестник НГУЭУ. – 2018. – № 4. – С. 144-153.
26. Кузнецов, М. Суперприбыльный салон красоты. Как преуспеть в этом бизнесе [Электронный ресурс] / М. Кузнецов, Е. Иванова // Библиотека K2X2.info. – Режим доступа : http://www.k2x2.info/delovaja_literatura/superpribylnyi_salon_krasoty_kak_preuspet_v_yetom_biznese/index.php.
27. Ларионова, И.А. Разработка методики формирования эффективных инвестиционных проектов. / И.А. Ларионова. – М.: 2018. – 204 с.
28. Лосев, В. Как составить бизнес-план. / В. Лосев. – М.: Вильямс, 2017. – 208 с.
29. Лустина, Т. Н. Стратегия сервиса как фактор повышения эффективности деятельности предприятий индустрии красоты / Т. Н. Лустина // Сервис plus. – 2019. – № 4. – С. 50-54.
30. Маслоу, А. Мотивация и личность / А. Маслоу. – СПб. : Питер, 2018. – 352 с
31. Мокроносов, А.Г. Конкуренция и конкурентоспособность. / А.Г. Мокроносов. – М.: Юнити-Дана, 2017. – 500 с
32. Моргулец, О. Б. Менеджмент в сфере услуг : учебник [Электронный ресурс] / О. Б. Моргулец // Uchebniki Online. – Режим доступа: http://uchebnikionline.com/menedgment/menedzhment_u_sferi_poslug_-_morgulets_ob/menedzhment_u_sferi_poslug_-_morgulets_ob.htm.
33. Новаторов, Э. В. Международные модели маркетинга услуг [Электронный ресурс] / Э. В. Новаторов // Маркетинг в России и за 89 рубежом. – 2017. – № 3. – Режим доступа: <http://www.mavriz.ru/articles/2000/3/316.html>
34. Орлова, А. К. Индустрия красоты (Социокультурные аспекты) : дисс. ... канд. социол. наук : 22.00.04 [Электронный ресурс] / А. К. Орлова. – М., 2017. – 186 с. // Библиотека диссертаций. — Режим доступа: <http://www.dslib.net/soc-struktura/industrija-krasoty.html>.
35. Разумовская, А. Л. Маркетинг услуг. Настольная книга российского маркетолога-практика / А. Л. Разумовская, В. М. Янченко. – М.: Вершина, 2016. – 378 с
36. Фатхутдинова, Р.А. Стратегическая конкурентоспособность. / Р.А. Фархутдинова. – М.: Экономика, 2017. – 504с.
37. Царев, В.В. Конкурентоспособность. / В.В. Царев. – М.: Юнити-Дана, 2017. – 799 с.
38. Чараева, М.В. Формирование инвестиционной политики предприятия / М.В. Чараева. – М.: Финансовый менеджмент. – 2018. – № 2. – 97 с.
39. Швандар, В.А. Управление инвестиционными проектами. / В.А. Швандар, А.И. Базилевич. – М.: ЮНИТИ, 2018. – 341 с.
40. Шустов, А.А. Особенности бизнес-планирования. / А.А. Шустов. – М.: Молодой ученый. – 2018. – № 9. – С. 269–280

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://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/248875>