

Полученные результаты позволяют рассматривать качество жизни, определённое на основании опросника ВОЗ КЖ-100, как самостоятельный и объективный многофакторный показатель соматического состояния и условий социального функционирования больных при онкологическом заболевании.

Список литературы

1. Новик А.А., Ионова Т.И. Руководство по исследованию качества жизни в медицине. – СПб.: ИД Нева, 2002. – 320 с.
2. Yelin E. Measuring Functional Capacity of Persons with Disabilities in Light of Emerging Demands in the Workplace. Washington, NAP, 1999. 130 p.
3. Оценка качества жизни больного в медицине / Новик А.А., Матвеев С.А., Ионова Т.И. и др. // Клиническая медицина. – 2000. – № 2. – С. 10-13.
4. Боровиков А.М. Восстановление груди после мастэктомии. – Тверь, 2000. – 96 с.
5. Петров В.И., Седова Н.Н. Проблема качества жизни в биоэтике. – Волгоград : Издатель, 2001. – 94 с.

6. Herzog T.J., Wright J.D. The impact of cervical cancer on quality of life the components and means for management // Gynecological oncology. 2007. Vol. 107 (3). P. 572-577.

7. Борисов К.Е. Качество жизни больных раком молочной железы в процессе противоопухолевого лечения: дис. ... канд. мед. наук: 14.00.14. – Уфа, 2004. – 21 с.

8. Indicators of surgery and survival in oncology inpatients requiring surgical evaluation for palliation / Badgwell B.D., Smith K., Liu P. [et.al.] // Support Care in Cancer. – 2009. – Vol. 17 (6). – P. 727-734.

9. Quality of life evaluations in patients with ovarian cancer during chemotherapy treatment / Le T., Leis A, Pahwa P. [et al.] // Gynecological oncology. – 2004. – Vol. 92(3). – P. 839-844.

10. Sun C.C., Ramirez P.T., Bodurka D.C. Quality of life for patients with epithelial ovarian cancer // Nature Clinical Practice. Oncology. – 2007. – Vol. 4. – P. 18–29.

11. Кром И.Л., Еругина М.В., Сазанова Г.Ю. Векторы оптимизации качества жизни больных ишемической болезнью сердца // Саратовский научно-медицинский журнал. – 2015. Т.11. – №1. – С. 62-65.

12. Диагностика здоровья: психологический практикум / под ред. Г.С. Никифорова. – СПб.: Речь, 2007. – 950 с.

Педагогические науки

**ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИИ
ДИЗАЙНЕРА С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ
ЕГО УСЛУГ**

Марченко М.Н. Федосеева А.А.

КубГУ, Краснодар, e-mail: marinalhg@yandex.ru,
fedosееva_alenka@mail.ru

Почти все начинающие дизайнеры сталкиваются с проблемой правильных переговоров с заказчиком. Не каждый дизайнер понимает, насколько важно грамотное и конструктивное общение со своим будущим работодателем, не применяет психологических уловок и дизайнерских хитростей. Незнание этих принципов приводит к печальным последствиям: заказчик не оплачивает готовый дизайн-проект, прекращает общение с дизайнером, уже начавшим работать над его проектом, платит гораздо меньшие суммы денег или же требует выполнить больший объем работы, чем оговаривалось ранее [1; 2]. Данная статья поможет начинающим дизайнерам не столкнуться с подобными проблемами, следуя некоторым этапам работы с заказчиком и учитывая все нюансы, описанные ниже.

Цель исследования состоит в том, чтобы помочь начинающим дизайнерам эффективно решать проблемы в общении с заказчиками. Материал и методы исследования заключаются в том, чтобы обозначить проблемы, возникающие при общении дизайнера с заказчиком, а так же в поисках методов их решения.

Наиболее важным этапом работе дизайнера и заказчика на этапе предоставления им задания является первая встреча, на которой дизайнер сможет наблюдать реакции, психическое состояние заказчика, а так же оценить качество его художественного вкуса. Крайне важно определить, насколько серьезно заказчик относится к будущему сотрудничеству и насколько готов доверять выбранному профессионалу [3]. Очень важно, чтобы дизайнер как можно более полно

представил себе образ жизни заказчика, создал его психологический портрет и даже понял его характер. Ведь именно характер и образ жизни являются определяющими факторами при создании будущего дизайн-проекта [4].

Спокойная и уверенная речь дизайнера, а так же его опрятный вид вызовет у заказчика уважение и отношение к нему как к профессионалу. Дизайнеру не следует надевать на встречу с заказчиком кричащую, яркую, открытую одежду, которая может вызвать у заказчика неправильные ассоциации. Деловая закрытая одежда нейтральных цветов подойдет для беседы с потенциальным работодателем лучше всего [5].

Так же при первой встрече с заказчиком необходимо предоставить свое портфолио в печатном варианте или на электронном носителе (на планшетном компьютере или ноутбуке) в формате .pdf. Портфолио сформирует у заказчика представление об умениях дизайнера, предостережет от недопонимания с обеих сторон. Заказчик уже будет знать, на что способен дизайнер, какими навыками он обладает, какой результат работы следует ожидать.

Перед началом работы необходимо предоставить заказчику «Техническое задание на разработку дизайн-проекта». Во время первой консультации следует предложить ему заполнить «Техническое задание на разработку дизайн-проекта». Этот важнейший документ является отправной точкой при разработке дизайн-проекта и позволит дизайнеру полнее понять предпочтения заказчика. В «Техническом задании» должны быть указаны основные требования к будущему проекту по стилистике, цветовому решению, сроки выполнения работ, а также контактные данные заказчика.

Далее следует взять предоплату и обсудить цену услуг дизайнера. Взяв часть денег с заказчика, дизайнер может быть уверен в активной заинтересованности своего работодателя в по-

лучении результата. Предоплата не должна быть меньше 30% от меньшей суммы заказа, но и не больше 50%.

Дизайнер должен пользоваться определенными психологическими приемами при общении с заказчиком. Например, он может назвать цену за работу выше желаемой. Тогда в том случае, если заказчик захочет поторгаться, дизайнер сможет без материальных потерь постепенно снижать цену до изначально желаемой. В случае если заказчик согласится с вашей завышенной ценой, дизайнер получает большой гонорар.

На следующем этапе необходимо подписать договор. Слово, подкрепленное подписью, имеет больший вес, и заказчик почти наверняка не захочет его нарушать. Такие действия заказчика могут привлечь его к ответственности. В договоре между дизайнером и заказчиком должны быть обозначены объемы работ, права, обязанности и ответственность обеих сторон, цена услуг и прядок расчетов, срок действия, изменение и прекращение действия договора, описаны форс-мажорные ситуации и условия действия договора при их возникновении. Обязательно наличие акта сдачи-приемки работ.

Если же нет возможности личной встречи, лучше всего вести беседу с заказчиком в деловой переписке. В случае недопонимания между заказчиком и дизайнером будет сохранено письменное подтверждение решения конфликта. Так же необходимо отправить заказчику «Техническое задание» и договор, которые он должен заполнить, скрепить подписью, печатью и отправить дизайнеру оригинал почтой.

Далее дизайнер обязательно должен уточнить условия внесения правок в дизайн-проект. Например, первые три правки по инициативе заказчика выполняются бесплатно, а за последующие взимается определенная, заранее оговоренная, оплата. В противном случае правки со стороны заказчика могут вноситься бесконечное количество раз, в процессе правок может поменяться техническое задание, а в худшем случае заказчик откажется от проекта.

Если заказчик требует выполнения большего объема работ, чем тот, который указан в договоре (или словесно), дизайнер должен сразу обозначить, что подобные дополнения будут выполняться за отдельную плату. В том случае, если дизайнер не сделает этого заблаговременно до того, как он уже исполнит просьбу заказчика, он, скорее всего, уже не получит за эту работу денежного вознаграждения. В противном случае заказчик продолжит нагружать дизайнера дополнительной работой, стоимость выполняемого проекта может возрасти во много раз, но в итоге заказчик заплатит цену, оговоренную изначально.

Завершение работы над дизайн-проектом характеризуется тем, что, показывая эскизы или уже готовую работу, дизайнер обязан прислать

заказчику изображение небольшого разрешения (не более 150 точек на дюйм) в цветовом пространстве RGB. Поверх изображения желательно поставить водяной знак. Даже если заказчик бросит дизайнера после отправки исходных макетов, он уже не сможет сделать качественный тираж продукции.

Только после полной оплаты дизайнер может выслать заказчику все подготовленные файлы, шрифты и все сопровождающие материалы. Завершающим этапом работы считается акт сдачи-приемки выполненных работ. Этот заключительный документ работы над проектированием дает дизайнеру гарантию того, что заказчик больше не имеет претензий к качеству и исполнению работы дизайнера.

Вышеприведенные принципы позволят дизайнерам вести грамотную работу со своими заказчиками, выстраивать с ними надежные деловые отношения. Общась с компетентным дизайнером, применяющим в своей профессиональной деятельности данные приемы, заказчик захочет воспользоваться его услугами, когда это потребует, вновь. Представленные этапы взаимодействия с заказчиком могут быть рекомендованы для использования в процессе обучения дизайнеров в высших учебных заведениях.

Список литературы

1. Ажгихин С.Г. Развитие творческого воображения будущих дизайнеров // Искусство и образование. – 2008. – № 3. – С. 68-71.
2. Ажгихин С.Г. Содержание обучения студентов вузов проектированию в графическом дизайне // Педагогика искусства. – 2010. – № 2. – С. 91-98.
3. Ажгихин С.Г. Формирование технологических знаний студентов вузов в процессе обучения проектированию в графическом дизайне // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2011. – № 3. – С. 39-43.
4. Марченко М.Н. Графическая деятельность и компьютерные технологии в профессиональной подготовке будущих дизайнеров // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2013. – № 5 (21). – С. 115-118.
5. Мастерская копирайтинга. Общение с заказчиком: [Электронный ресурс] // Text Broker URL: https://textbroker.ru/main/teach_publish_view/133.html (Дата обращения: 06.04.2015).

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ФАКТОР В ПРОЕКТИРОВАНИИ ЖИЛОГО ПОМЕЩЕНИЯ

Марченко М.Н., Селезнева Т.В.

КубГУ, Краснодар, e-mail: marina1hg@yandex.ru,
tanya_selezneva1993@bk.ru

В наши дни понятие «дизайн интерьера» стало популярным. Каждый отдельный индивид мечтает создать в своем доме интерьер, который будет включать в себя набор не только эстетических, но и практических свойств. В этот момент появляется потребность в дизайнере. Ведь не всегда человек имеет четкое представление о том, что ему необходимо для комфортной жизнедеятельности. Поэтому главной задачей дизайнера становится проектирование