



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ



## METODICKÉ MATERIÁLY PRO OBORY VZDĚLÁNÍ KADEŘNÍK, KOSMETICKÉ SLUŽBY, VLASOVÁ KOSMETIKA



Publikace pro skupinu oborů 69 Osobní a provozní služby



## **METODICKÉ MATERIÁLY PRO OBORY VZDĚLÁNÍ KADEŘNÍK, KOSMETICKÉ SLUŽBY, VLASOVÁ KOSMETIKA**

**Publikace pro skupinu oborů 69 Osobní a provozní služby**

Tato publikace byla vytvořena a vydána v projektu POSPOLU – Podpora spolupráce škol a firem, který je realizován v rámci Operačního programu Vzdělávání pro konkurenceschopnost. Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky.

Více informací o projektu najdete na [www.projektpospolu.cz](http://www.projektpospolu.cz)

---

Autorský kolektiv: Mgr. Světlana Voborníková, Lucie Císařová

Editorka: Mgr. Helena Mitwallyová

2

Návrh obálky: Robin Durec

Redakce: Lucie Šnajdrová

Jazyková korektura: František Brož



Vydal Národní ústav pro vzdělávání, školské poradenské zařízení a zařízení pro další vzdělávání pedagogických pracovníků

Weilova 1271/6, Praha 10, 102 00

Druhé vydání

Praha 2015

ISBN 978-80-7481-115-9



## OBSAH

Předmluva .....	4
Nové trendy ve vlasové a pleťové kosmetice .....	5
Názory zákazníků na služby kadeřníků .....	8
Požadavky zaměstnavatelů na absolventy .....	11
Požadavky zaměstnavatelů z pohledu žáků .....	13
Důležitost soutěží v dobře fungující škole .....	15
Příloha .....	18



## PŘEDMLUVA

Obory služeb, kam se řadí i obory vzdělání zařazené do skupiny 69 Osobní a provozní služby, předpokládají od svých absolventů nejen kompetence odborné, ale také sociální, které jim pomohou vytvořit si a udržet klientelu. Pro úspěšnou kariéru absolventů těchto oborů je zásadní i jejich schopnost sebe prezentace a připravenost v oblasti podnikání, tedy ekonomické znalosti a dovednosti. Obory jsou velmi náročné z důvodu neustálého přílivu nových trendů, výrobků a služeb. Před učiteli stojí nelehký úkol vybavit budoucí kadeřnice, kadeřníky i kosmetičky takovými znalostmi a dovednostmi, aby se výrazně zlepšila jejich šance uspět na trhu práce.

Publikace je určena učitelům středních škol skupiny oborů 69 Osobní a provozní služby, tedy oborů kadeřník, kosmetické služby a vlasová kosmetika. Je zaměřena na výuku nových trendů a na to, jak se tyto trendy promítají do požadavků zaměstnavatelů na absolventy. Součástí publikace je i dotazníkové šetření zjišťující názory zákazníků a přinášející náměty, proč a jak obdobná šetření se žáky provádět. Závěr publikace je věnován prezentaci škol a jejich žáků na veřejnosti, portfoliím a soutěžím. Publikace je dalším pomocníkem a vodítkem pro pedagogy, které jim může pomoci při plnění jejich nelehkého úkolu.

Helena Mitwallyová



## NOVÉ TRENDY VE VLASOVÉ A PLEŤOVÉ KOSMETICE

Kadeřnické a kosmetické služby jsou obory, které se rozvíjejí velmi dynamicky. Oba přicházejí stále s novými technologiemi, materiály, reagují na módní trendy, které zároveň pomáhají utvářet. Firmy, zabývající se vývojem a výrobou přípravků vlasové a pleťové kosmetiky, neustále přinášejí na trh novinky. V oboru kadeřnických služeb se tyto přípravky rozdělují podle funkce na regenerační, fixační a ke každodenní péči. K fixaci jsou určeny gely, tužidla, laky, vosky, gumy, hlíny a oleje. Novinkou pro každodenní péči jsou přípravky proti krepatění vlasů, pro hladkost vln, tekuté krystaly, produkty s UV filtrem chránící vlasy před poškozením vlivem slunečního záření, přípravky pro udržení umělého pigmentu ve vlasech a pro ochranu vlasů před teplem. Regenerační přípravky jsou určeny k povrchové i hloubkové regeneraci, např. dvoufázový bezoplachovací, brazilský keratin apod. Nejvíce novinek se objevuje v oblasti barvení, melírování nebo odbarvování vlasů. Nové druhy barev vlas nejen obarví do mnoha různých barevných odstínů, ale mají za úkol zachovat i přes chemické zpracování přirozené fyzikální vlastnosti vlasů, zvýraznit jejich lesk a kvalitu.

5

Kromě toho se nové trendy prosazují i v oblasti technologií. Kadeřnické a kosmetické firmy přinášejí nové technologické postupy, pomůcky a nářadí. Špičkoví kadeřníci se snaží využívat ve své práci nové postupy střihů, úpravy vlasů a vousů, inovativní způsoby barvení, odbarvování a melírování. Mnoho nových nápadů vzniká v oblasti náročné účesové tvorby – kreativní vytváření společenských, svatebních, extravagantních a soutěžních účesů. Některé typy účesů jsou populární i několik let, mění se však způsoby jejich zpracování a styling.

V poslední době řada salónů rozšířila nabídku služeb o prodlužování a zahušťování vlasů, kdy se k vlastním vlasům zákazníka připevňují další přírodní vlasy. Na trhu se objevují i nové přípravky na podporu růstu vlasů a proti jejich vypadávání, o které je mezi zákazníky velký zájem.

Kadeřníci mají k dispozici řadu nových pomůcek a nářadí k provádění kadeřnických úkonů (např. různé typy natáček, podložek a sponek pro náročnou účesovou tvorbu, nové typy nůžek, ionizační kartáče s antinábojem proti elektrizování vlasů, hřebeny odbourávající antistatický náboj a šetrně rozčesávající vlasy).

Renomované firmy vyvíjejí nové přístroje, např. klimazon – urychlovač chemických procesů na vlasech, elektrická ondulační železa různých tvarů s turmalínovým nebo titanovým povrchem, žehličky s ultrazvukovým a infračerveným zářením pro hloubkovou regeneraci vlasů, fény a žehličky na vlasy s ionizérem.





Chce-li být kadeřník úspěšný, měl by neustále sledovat nové styly účesů a trendy, které ovlivňují nejen vlasoví stylisté, ale také světoví módní tvůrci. Nedílnou součástí kadeřnických služeb jsou i poradenské služby využívající speciální počítačové programy, které umožní na základě fotografií navrhnout změnu účesu i barvy. Je vhodné využívat také přístroje, které hodnotí kvalitu a strukturu vlasů, např. vlasovou kameru či nanometr. Některé programy dovedou doporučit i odpovídající vlasovou kosmetiku.

Nové trendy se projevují také v zařízení salónů včetně masážních mycích boxů, polohovacích křesel, kvalitního osvětlení, odvětrání a moderních podlahových krytin, které svojí strukturou napomáhají k odlehčení kloubního systému kadeřníka.

Také vývoj pletěvé kosmetiky se velmi rychle rozvíjí. Kromě nových kosmetických přípravků firmy nabízejí nové technologické postupy pro ošetření pleti obličeje a pokožky celého těla, různé invazivní i neinvazivní postupy zpomalující proces stárnutí, ozdravující pokožku a dodávající tak tváři i tělu na přitažlivosti.

V posledních letech dochází v kosmetickém oboru k propojování poznatků z kosmetiky, dermatologie a genetiky. Cílem je vytvořit a nabídnout zákazníkům moderní prostředky a způsoby jejich použití, které slouží k ozdravení, omlazení a zkrášlení pokožky obličeje i celého těla.

6

Naprostou novinkou je použití metody peering-rollerové mezoterapie. Podstata této metody spočívá v nanesení účinné látky (nejčastěji kyseliny hyaluronové) na pokožku. Poté se na kůži přiloží peering-rollerový váleček, který je opatřený různě dlouhými mikro Jehlicemi s variabilním zakončením. Povrchově působící peering-roller zasahuje rohovou vrstvu pokožky, usnadňuje průnik výživné látky do pleti a současně působí jako specifická masáž podporující tvorbu kolagenu. Revoluci v odstranění vrásek a omlazení přináší mezoterapie kmenovými buňkami, což je mezoterapie s využitím nanotechnologie a výtažku z kmenových buněk s růstovými faktory.

V mnoha kosmetických salónech se používají různé přístroje na ošetření pleti i celého těla, které se využívají v kožním lékařství (laser, lymfodrenážní přístroje aj.). O to důležitější je, aby se žáci oboru kosmetické služby průběžně seznamovali s přístroji používanými pro kosmetické účely, a to přímo na provozovnách nebo v rámci návštěv špičkových kosmetických salónů.

Nové výrobky a technologické postupy se objevují i v oblasti kosmetických masáží, které se zaměřují nejen tradičně na obličej a dekolť, ale i na ruce, hlavu a šíji. Kosmetické firmy zavádějí i netradiční formy masáží, jako třeba masáž obličeje pomocí šampaňské masky, japonskou liftingovou masáž Kobido, indickou masáž hlavy atd. V posledních letech lze



zákazníkům nabídnout například masáže čokoládové, medové, kávové, rýžové nebo masáže pomocí speciální svíčky vyrobené ze sójového oleje, včelího vosku a přírodních olejů a mnoho dalších metod.

Významně se nové módní trendy projevují v oblasti líčení a dekorativní kosmetiky. Způsoby líčení a používání dekorativní kosmetiky jsou ovlivňovány módou, filmovým uměním, osobnostmi vizážistů aj. Dekorativní líčení stále vychází ze základní typologie podle čtyř ročních období. Budoucí kosmetičky se ve školách i na speciálních kurzech učí zásady profesionálního nanášení make-upu a korekce nedostatků pleti a tvaru obličeje. Vyhledávané jsou kurzy na téma večerního, slavnostního a svatebního líčení. Velký zájem mezi klientkami salónů je o barvení a o permanentní zahušťování a prodlužování řas.

Firmy rovněž nabízejí různé novinky pro depilaci neboli odstranění chloupků celého těla různými přístroji a druhy vosků, nebo např. cukrovou pastou.

Kosmetické salóny se snaží poskytovat svým zákazníkům také relaxaci, navozovat pocit klidu, zbavovat je stresu. Jednou z mnoha novinek v tomto směru jsou např. nahřívané bylinné polštářky působící proti stresu a bolestem. Stále oblíbené se těší aromalampy a vonné oleje.

7

Většina kosmetických salónů se nezaměřuje jen na poskytování kosmetických služeb, ale nabízí další související služby, např. různé druhy masáží, manikúru a nehtovou modeláž nebo pedikúru. Neustále se také mění předpisy, které zvyšují a zpřísňují požadavky na hygienu a bezpečnost. Proto je nutné, aby si žáci tyto nové změny osvojili a v budoucí praxi je naplňovali a dodržovali.



## NÁZORY ZÁKAZNÍKŮ NA SLUŽBY KADEŘNÍKŮ

V rámci tvorby této publikace jsme položili několik otázek ženám ve svém okolí. Respondentky pocházely z Prahy a Středočeského kraje. Zajímalo nás například, zda dotazované využívají pravidelně služeb profesionálních kadeřníků. Celých 70 % má svého stálého kadeřníka. Téměř 15 % osob navštěvuje vždy stejný kadeřnický salón, bez ohledu na to, který ze zaměstnanců je právě přítomen, a téměř 15 % respondentek žádných služeb nevyužívá.

Zajímavé je i sledovat frekvenci návštěv kadeřníků. Většina zákaznic (41 %) navštěvuje kadeřnici jedenkrát za čtvrt roku, 10,3 % jedenkrát za měsíc. Jedenkrát za pololetí navštěvuje kadeřnictví 12,8 % dotazovaných. Jednou ročně, stejně jako častěji než jednou za měsíc, chodí ke kadeřnici jen 2,6 % dotázaných. Poměrně významné procento (15,4 %) vykazuje jiný interval, mohou zde být zahrnuty i zákaznice, které služby nevyužívají vůbec.

Většina dotázaných (76,3 %) uvádí, že výše platby má vliv na využití kadeřnických služeb. 26,3 % zákaznic tvrdí, že cena na využití služeb vliv nemá. Za služby platí zákaznice nejčastěji 200–500 Kč (40 %), 700–1 000 Kč platí 25 % zákaznic, 500–700 Kč zaplatí 17,5 %, více než 1 500 Kč platí 12,5 % zákaznic. 2,5 % zákaznic se zařadilo do skupiny ostatní, tedy za služby nejspíše neplatí nebo platí méně než 200 Kč.

Co vedle ceny za službu ovlivňuje výběr kadeřnic a co považují zákaznice za důležité? Jedná se především o:

- odbornost služby, profesionalitu,
- jednání se zákazníky,
- vybavení pracoviště a kvalitu používaných přípravků a nástrojů,
- umístění provozovny,
- otevírací dobu,
- doporučení.

Respondentky dotazníkového šetření se vyjadřovaly i k dovednostem, které považují u kadeřnic za důležité, aby byly s jejich službami spokojené. Nejčastěji uváděly:

- vystižení stylu, střih, správnou radu,
- znalost aktuálních trendů, dovednost provedení moderních střihů,
- zkušenost,





- pečlivé a profesionální provedení účesu,
- znalost a schopnost udělat účesy pro různé příležitosti,
- dodržení dohodnutého řešení při stříhání a tvorbě účesu,
- dodržování technologických postupů vzhledem k možnosti poškození vlasů či zdravotních komplikací při barvení, odbarvování, sušení vlasů atd.,
- dodržování hygieny a bezpečnosti.

Osobnostní předpoklady a chování, které zákaznice považují u svých kadeřníků za důležité pro výkon povolání:

- ochota, laskavost, vstřícnost,
- dobrý vkus,
- schopnost poradit,
- komunikativnost,
- kreativita, šikovnost,
- schopnost naslouchat a také schopnost mlčet,
- zájem učit se nové věci,
- talent a zručnost,
- pozitivní vztah k lidem,
- příjemné a slušné vystupování.

Shrnuli jsme i to, co lidem u kadeřnic vadí:

- neschopnost poradit,
- nerozhodnost,
- upovídanost,
- netaktní jednání,
- malá časová flexibilita,
- tahání za vlasy,
- dlouhé nehty a škrábání při mytí hlavy,
- nepořádek na pracovním místě a v provozovně,



- rutinní stříhání bez zohlednění požadavků a vzhledu,
- velké množství pozvaných zákaznic, dlouhé čekání na dokončení úkonů.

Považujeme za zajímavé a potřebné, aby se budoucí kadeřnice seznámily s tím, jaká očekávání mají jejich zákazníci. Doporučujeme proto v rámci výuky informačních technologií, např. s využitím služby Google, naučit žákyně připravit obdobné šetření, zadat je respondentům ve svém okolí a výsledky vyhodnotit v rámci třídy. Získané poznatky pak mohou žákyně prodiskutovat pod vedením učitelů odborných předmětů nebo odborného výcviku.

Jako příklad uvádíme v příloze náš dotazník, z něhož jsme čerpali poznatky pro výše uvedenou ukázkou názorů zákazníků. Vyplnění dotazníku zabere zhruba 5 minut času, ale poskytne nám cenné informace.



## POŽADAVKY ZAMĚSTNAVATELŮ NA ABSOLVENTY

Absolventi oborů vzdělání kadeřník, kosmetické služby a vlasová kosmetika se mohou uplatnit na trhu práce buď jako zaměstnanci, nebo jako podnikatelé.

### SOUKROMÉ PODNIKÁNÍ V OBORU

Část absolventů, kteří si dokážou zajistit potřebné množství finančních prostředků a vyřídí si potřebné dokumenty (živnostenský list aj.), si otevře vlastní kadeřnický nebo kosmetický salón.

Zvláštní formou podnikání je také pronájem kadeřnického křesla nebo kosmetického lehátka v některém salónu. Aby však byl nájemce vůči pronajímateli schopen svým závazkům dostát, měl by mít vytvořenu stálou klientelu. Právě vysoké náklady na splácení pronájmu a na nákup materiálu odrazují mnohé začínající kadeřníky i kosmetičky od této formy vstupu do profesního života.

V obou případech je nutné, aby škola rozvíjela nejen odborné znalosti a dovednosti, ale aby také vedla žáky k podnikavosti a k ekonomickému myšlení. Využívat k tomu lze různé žákovské projekty a fiktivní firmy.

11

Většina absolventů však těsně po ukončení studia nemá nezbytné finance, prostory a ani potřebné osobnostní předpoklady, aby začala soukromě podnikat. Absolventi se zpravidla uplatňují v týmech kadeřnických firem a salónů, kde pracují na pozici zaměstnanců.

### POŽADAVKY ZAMĚSTNAVATELŮ

Než se majitel salónu rozhodne zaměstnat nového pracovníka, pozve jej k pohovoru, během kterého zjišťuje jeho předpoklady, vztah a motivaci k práci. Uchazeč většinou předvádí své dovednosti na přivedených modelech.

Za důležitou odbornou kompetenci je považována kvalita a preciznost prováděných kadeřnických nebo kosmetických úkonů, dodržování technologických postupů. Nezbytné jsou i osobnostní předpoklady pro práci ve službách. U absolventů těchto oborů je žádoucí, aby měli zkušenosti s používáním přípravků minimálně dvou firem vlasové nebo pleťové kosmetiky a dokázali s nimi pracovat na profesionální úrovni. Důležitým předpokladem je dodržování hygieny, bezpečnosti a ochrany zdraví při práci.

Zaměstnavatelé se zajímají i o dosažené studijní výsledky uchazečů, především v odborných předmětech a v odborném výcviku. Dobré studijní výsledky poskytují jistou záruku toho, že i v pracovním procesu bude zaměstnanec usilovat o co nejvyšší kvalitu



odváděné práce. Někteří žáci si však bohužel během studia tuto skutečnost neuvědomují a stále u nich přetrvává dojem, že postačuje být vlastníkem výučního listu či maturitního vysvědčení bez ohledu na výsledky.

Absolventi by si měli uvědomit, že pro svou praxi budou potřebovat určité **matematické a ekonomické znalosti**. Jsou pro ně zásadní nejen při vystavování účtenky, ale i při vyřizování firemní ekonomické agendy – pronájem prostor, splácení úvěru či půjčky, nákup zařízení a vybavení provozovny, nákup a spotřeba materiálu, daně, odvádění sociálního a zdravotního pojištění atd. V tomto směru jsou lépe připraveni absolventi nástavbového studia vlasové kosmetiky, kde se vyučují základy podnikání a účetnictví. V oboru kadeřník je sice zařazen předmět ekonomika, avšak výuka poskytuje žákům jen základní ekonomické znalosti. Výuka ekonomiky a základů podnikání se rovněž vyučuje v oboru kosmetické služby.

Důležité je také umět využívat prostředky **informačních a komunikačních technologií** jako zdroj odborných informací, vedení evidence a dokumentace i vlastní prezentace na internetu.

Nespornou výhodou absolventů se v současné době stává **znalost cizích jazyků**. Pro zaměstnání u zahraniční kadeřnické či kosmetické firmy je znalost minimálně jednoho světového jazyka nezbytná.

## OSOBNOSTNÍ PŘEDPOKLADY

Základem úspěchu jsou **komunikační schopnosti a dovednosti**, především úroveň a funkčnost mluveného projevu. Ve vztahu uchazeče a zaměstnavatele tyto komunikační schopnosti absolventovi pomáhají se prosadit. Kultivovaná komunikace a společenské chování napomáhají k získávání nových a udržení stálých zákazníků.

S komunikačními schopnostmi souvisí **čtení a porozumění pracovním instrukcím**, což je nezbytně nutné např. pro dodržení správného technologického postupu či návodu výrobce vlasové a pleťové kosmetiky (složení výrobku, postup nanášení, doba působení aj.).

Od svých budoucích zaměstnanců zaměstnavatelé dále vyžadují **adaptabilitu a flexibilitu**, tj. schopnost přizpůsobení měnícím se pracovním podmínkám a požadavkům klientů. V provozovnách s více zaměstnanci se vyžaduje také **schopnost týmové spolupráce**.



## POŽADAVKY ZAMĚSTNAVATELŮ Z POHLEDU ŽÁKŮ

V průběhu dubna a května školního roku 2012–2013 jsme požádali žáky závěrečných ročníků a učitele odborných předmětů a odborného výcviku oborů kadeřník a kosmetické služby na naší škole, aby prodiskutovali výše uvedené požadavky zaměstnavatelů na absolventy oborů a snažili se nalézt případné další požadavky. Podle žáků preferují zaměstnavatelé u zaměstnanců následující kompetence:

- reprezentativní vzhled,
- sledování nových trendů v oboru,
- maximální nasazení v oboru,
- pečlivost, odpovědnost za kvalitu,
- diskrétnost, neposkytování informací o klientech nikomu dalšímu,
- empatii – vcítění se do zákazníka, respektování jeho osobnosti,
- asertivitu.

## SPOLUPRÁCE ŠKOLY S FIRMAMI A UPLATNĚNÍ ABSOLVENTŮ

13

Na uplatnění absolventů na trhu práce má velmi příznivý vliv spolupráce středních odborných škol a učilišť a firmami podnikajícími v oborech. V posledních dvou desetiletích se v oboru vlasové a pleťové kosmetiky na českém trhu objevilo mnoho nových, především zahraničních firem, které mají zájem spolupracovat se školami. Nabízejí jim své výrobky za zvýhodněné ceny, pořádají pro žáky a učitele zdarma odborná školení, snaží se vychovat si ze žáků škol budoucí odběratele svých produktů. V případě potřeby samy vyhledávají mezi šikovnými žáky své budoucí zaměstnance. Některé firmy se rovněž účastní závěrečných zkoušek a různých předváděcích a propagačních akcí pořádaných školami (soutěží, kadeřnických a kosmetických přehlídek, veletrhů vzdělávání aj.) a zde oslovují vytipované žáky, kteří by se mohli stát jejich příštími zaměstnanci.

## PORTFOLIA

Moderním způsobem prezentace budoucích kadeřníků a kosmetiček jsou portfolia. Portfolio znamená v původním významu desky na spisy nebo listiny, v užším slova smyslu pak skladbu různých aktivit. Jde vlastně o profesní životopis, v němž si jeho majitel shromažďuje výsledky své práce, předvádí svou kreativitu a vše, co je charakteristické pro jeho prezentaci. Do profesního portfolia patří fotografie s popisky, diplomy, certifikační



listy, různá ocenění, výstřižky z časopisů a veškeré úspěchy žáka. Každé portfolio je originál.

Tento termín se ve školním prostředí, zvláště v souvislosti s hodnocením žáků, používá od 90. let 20. století. V zahraničních školách jsou portfolio velmi rozšířená, u nás jde však stále spíše o výjimky. Je velmi důležité vysvětlit žákům, co portfolio je, jak se skládá, co má obsahovat, jak bude hodnoceno a co jim do budoucnosti přinese.

Portfolio vznikají po celou dobu studia a žáci je průběžně předkládají svým učitelům. Ti je nehodnotí známkou, ale společně probírají drobné nedostatky a především radí, jak v prezentaci žákovských dovedností pokračovat. Absolventi svá portfolio mohou předložit u závěrečné zkoušky, nejdůležitější je však použít je k prezentaci před budoucím zaměstnavatelem. Z úrovně portfolio majitelé salónů poznají nejen to, jak žáci zvládají svou profesi, ale také zda mají dobrý vkus, umělecké cítění a smysl pro kreativitu.





## DŮLEŽITOST SOUTĚŽÍ V DOBRĚ FUNGUJÍCÍ ŠKOLE

Odborné školství stále ještě prochází vleklou krizí způsobenou nedostatkem finančních prostředků pro tento resort, ale i nezájmem žáků opouštějících základní školy o řemeslné obory, které se jim zdají být málo atraktivní. Jednou z možností, jak zviditelnit práci jednotlivých oborů, jsou i soutěže žáků v odborných dovednostech. Příznivě také motivují přípravu žáků na budoucí povolání a jejich uplatnění na trhu práce. Jsou motivačním činitelem i pro učitele odborného výcviku či odborné praxe, protože výsledky jejich výchovně vzdělávacího působení jsou zde konfrontovány s výsledky práce jiných škol. Hlavním cílem těchto soutěží je zvyšování úrovně řemeslných dovedností a veřejná propagace oborů. Přispívají ke zvyšování prestiže řemeslné práce a podporují zájem mládeže o předváděné učební obory.

Soutěže v odborných dovednostech jsou jedním z mála současných projektů školství určených k prezentaci manuální zručnosti a atraktivity tradičních řemesel. Uspěť v soutěži je prestižní záležitostí nejen žáků a pedagogů, ale především jednotlivých škol. Lze se o tom přesvědčit i na většině školních internetových stránkách.

Soutěže, přehlídky a praktické závěrečné zkoušky jsou jednou z příležitostí, jak přivést budoucí zaměstnavatele do škol a pomoci absolventům najít uplatnění na trhu práce.

15

Obr. č. 1: Veletrh vzdělávání – reklamní a informační stánek naší školy



Fotografie: Mgr. Světlana Voborníková.



Další obrázek je z akce naší školy, kterou pořádáme pro veřejnost ve spolupráci se sociálními partnery – Muzeem města Ústí n. L., Salómem Noblesse Paris v Ústí n. L. a Střední školou obchodu, řemesel a služeb Ústí n. L. Akce byla nazvána Valentýn v muzeu a proběhla 16. 2. 2013.

Obr. č. 2: Valentýn v muzeu



Fotografie: Lucie Císařová

Obr. č. 3–4: Práce v kadeřnické provozovně



17



Fotografie: Mgr. Světlana Voborníková



## PŘÍLOHA

### DOTAZNÍK KE ZJIŠTĚNÍ POŽADAVKŮ NA OSOBNÍ SLUŽBY

#### Využíváte služeb profesionálních kadeřnic?

- ☐ ano, mám svou stálou kadeřnici
- ☐ ano, navštěvuji stejný salon (bez ohledu na konkrétní kadeřnici)
- ☐ služeb nevyužívám

#### Jak často obvykle kadeřnictví navštěvujete?

- ☐ častěji než jednou měsíčně
- ☐ 1 x měsíčně
- ☐ 1 x za dva měsíce
- ☐ 1 x za čtvrt roku
- ☐ 1 x pololetně
- ☐ 1 x ročně
- ☐ Jiné:

#### Má vliv na využití služby kadeřnice výše platby za služby?

- ☐ ano
- ☐ ne

#### Kolik korun za obvyklé služby platíte?

- ☐ 200 - 500 Kč
- ☐ 500 - 700 Kč
- ☐ 700 - 1000 Kč
- ☐ 1000 - 1500 Kč
- ☐ více než 1500 Kč
- ☐ Jiné:

#### Co považujete za důležité? Co ovlivní výběr Vaší kadeřnice?



Vadí vám něco podstatného nebo i zdánlivě nepodstatného v rámci poskytované služby?

Jaké dovednosti by měla kadeřnice mít, abyste byl/a spokojený/á?

Jaké vlastnosti a osobnostní předpoklady považujete pro toto povolání za důležité?

