


Государственное бюджетное учреждение Калининградской области  
профессиональная образовательная организация  
«Технологический колледж»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ОП.06 ДЕЛОВЫЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

для специальности среднего профессионального образования  
43.02.17 Технологии индустрии красоты

**2023 г.**

Согласовано  
заведующий  
учебно-методическим отделом  
 Н.А. Ивашкина  
31.08.2023 года

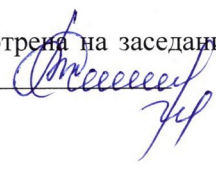
Рабочая программа по специальности 43.02.17 «Технологии индустрии красоты» разработана на основе:

- приказа Министерства просвещения РФ от 26 августа 2022 года N775 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.17 Технологии индустрии красоты, зарегистрировано в Министерстве юстиции РФ 29 сентября 2022 года, регистрационный N70281, укрупненная группа специальностей 43.00.00 Сервис и туризм;
- примерной основной образовательной программы по специальности 43.02.17 Технологии индустрии красоты

**Организация-разработчик:** государственное бюджетное учреждение Калининградской области профессиональная образовательная организация «Технологический колледж»

**Разработчик:**

Таранек Т.Д. преподаватель высшей квалификационной категории

Рассмотрена на заседании методической кафедры «Сервиса», протокол №1 от 30 августа 2023 года 

Рекомендована Методическим советом государственного бюджетного учреждения Калининградской области профессиональной образовательной организацией «Технологический колледж», протокол №1 от 31 августа 2023 года

Согласовано:

И.И. Величко  
Студия «Береника»  
директор



 Г.М. Величко

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### ОП.06 ДЕЛОВЫЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

#### 1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Деловые и профессиональные коммуникации» является обязательной частью общепрофессионального цикла образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.17 Технологии индустрии красоты.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01–04.

#### 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04	Применять знания по деловой и профессиональной коммуникации для профессионального и личностного развития: - соблюдать принципы деловой коммуникации - взаимодействовать с клиентом на основе типологии и клиентоведения - выстраивать партнерские отношения со стейкхолдерами - находить решения в конфликтных ситуациях - безопасно и эффективно реализовать стратегию продвижения в социальных сетях - управлять и развивать профессиональное сообщество - соблюдать правила профессиональной коммуникации на рабочем месте (в качестве специалиста по найму)	Виды деловой коммуникации Типология клиентов Партнерские отношения, правила проведения переговоров Основы конфликтологии Способы коммуникации в цифровой среде Понятие о профессиональных сообществах Профессиональная коммуникация на рабочем месте

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
<b>Объем образовательной программы учебной дисциплины</b>	<b>46</b>
<b>в т.ч. в форме практической подготовки</b>	<b>40</b>
в т. ч.:	
теоретические занятия	16
практические занятия	22
<i>Самостоятельная работа</i>	6
<b>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачёта</b>	<b>2</b>

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Часы	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
<b>Раздел 1. Виды деловой коммуникации</b>		<b>2</b>	
<b>Тема 1.1. Понятие деловой коммуникации</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> Сущность и понятие коммуникации, деловой коммуникации; Виды деловой коммуникации: контактное-дистантное, непосредственное-опосредованное, устное-письменное, межличностное-публичное. Система основных регуляторов делового общения Деловой имидж, вербальная и невербальная коммуникация	2	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04
<b>Раздел 2. Основы клиентоведения</b>		<b>12</b>	
<b>Тема 2.1. Типология клиентов</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Классификация типов клиентов Мотивы клиента и характеристика приверженности к салону красоты/специалисту индустрии красоты (лояльные, «слепые», переключающиеся) Потребительские стереотипы, управление восприятием клиента Разновидности влияния на клиента: объективные (музыка, интерьер, запахи, оформление), субъективные (вербальные и невербальные способы коммуникации; вежливость, забота, внимательность). Точки контакта потребителя(клиента) и персонала (мастера), причины ухода клиента от специалиста. Структура клиентской базы	4	ОК 01 ОК 02
	<b>В том числе практических занятий</b> Разработать аргументы продажи клиенту косметической услуги	2	
<b>Тема 2.2. Партнерство</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Переговоры и партнерство. Основные понятия Выбор партнера, этапы сотрудничества. Взаимовыгодное сотрудничество. Конфликт интересов. Терминология: лидеры мнений, амбассадоры, инфлюенсеры. Принципы эффективной презентации	4	ОК 01 ОК 03 ОК 04
	<b>В том числе практических занятий</b> Составить лонг-лист потенциальных партнеров для специалиста индустрии красоты Разработать и провести презентацию косметического продукта (услуги) для потенциальных партнеров	2	
<b>Тема 2.3.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	4	ОК 01

<b>Управление конфликтом</b>	Основы конфликтологии: причины негатива, способы работы с негативом Понятие репутации, влияние на репутацию негативных и позитивных отзывов		ОК 03 ОК 04
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2</b>	
	Кейс по конфликтной ситуации между специалистом индустрии красоты и клиентом		
<b>Раздел 3. Цифровая коммуникация</b>		<b>8</b>	
<b>Тема 3.1. Эффективная коммуникация в цифровой среде</b>	Содержание учебного материала	8	ОК 01 ОК 02 ОК 03
	Законное регулирование коммуникации в цифровой среде Инструменты эффективной коммуникации в цифровой среде Информационная безопасность в цифровой среде. Принципы речевой организации web-текста		
	Формирование коммуникации через контент: генерация идей, UGS, сторителлинг, дискуссионный и вовлекающий контент, геймифицированный контент		
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>6</b>	
	Описать идею вовлекающего контента страницы специалиста индустрии красоты в выбранной социальной сети		
<b>Раздел 4 Методология построения сообщества</b>		<b>8</b>	
<b>Тема 4.1. Коммуникация в сообществе</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04
	Основы образования сообществ. Классификация сообществ и разные подходы к управлению Стратегия развития сообщества – как способ привлечения клиентов Комьюнити – планирование: привлечение первых участников, принципы сообщества, типы личностей и роли в команде, активация ядра сообщества, правила и модерирование, традиции сообщества, работа с неактивными участниками, закрытие сообщества		
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>6</b>	
	Разработать план формирования сообщества для специалиста индустрии красоты		
<b>Раздел 5. Профессиональная коммуникация</b>		<b>8</b>	
<b>Тема 5.1. Профессиональная коммуникация на рабочем месте специалиста (работающего по найму)</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>	ОК 01 ОК 03 ОК 04
	Взаимодействие специалистов в сфере официальных отношений, статус участника профессиональной коммуникации. Понятие субординации, должностной роли Формальное взаимодействие участников: выполнение распоряжений, требований и регламентов Правила делового общения по каналам связи: телефонная связь, электронная почта, мессенджеры. Нравственные нормы профессиональных коммуникаций: честность, порядочность, ответственность, справедливость.		
	<b>В том числе практических занятий</b> Правила делового общения по каналам связи: телефонная связь, электронная почта, мессенджеры. Нравственные нормы профессиональных коммуникаций: честность, порядочность, ответственность, справедливость.	4	
<b>Самостоятельная работа</b> Сформулировать ТОП-10 аккаунтов специалистов индустрии красоты с количеством подписчиков более 10 тыс. человек, проанализировать причины популярности Точки контакта потребителя(клиента) и персонала (мастера), причины ухода клиента от специалиста		6	

Структура клиентской базы.		
<b>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачёта</b>	<b>2</b>	
<b>Всего:</b>	<b>46</b>	

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:**

Кабинет Деловые и профессиональные коммуникации, оснащенный оборудованием:

- рабочие места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации;
- раздаточный материал.

Технические средства обучения:

- персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;
- мультимедийный проектор;
- интерактивная доска;
- меловая доска.

**3.2. Активные и интерактивные образовательные технологии, используемые на занятиях:**

Проблемная лекция, групповые дискуссии, разбор конкретных ситуаций, семинар, мультимедийная презентация, деловые и ролевые игры, индивидуальные и групповые проекты.

#### **3.3. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации имеет печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

**3.4. При реализации образовательной программы применяется электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.**

##### **3.2.1. Основные печатные и электронные издания**

1. Самыгин, С.И., Профессиональная этика и психология делового общения: учебник / С.И. Самыгин; под ред. А.М. Руденко. — Москва: КноРус, 2021. — 232 с. — ISBN 978-5-406-01698-5. — URL:<https://book.ru/book/938764> (дата обращения: 16.01.2022). — Текст: электронный.

2. Основы деловых коммуникаций: учебное пособие / И.А. Юмашева. — Москва: КноРус, 2022. — 162 с. — ISBN 978-5-406-08452-6. — URL:<https://book.ru/book/942402> (дата обращения: 16.01.2022). — Текст: электронный.

3. Психология делового общения и межличностные коммуникации: учебник / Н.Ю. Ульянова. — Москва: КноРус, 2021. — 152 с. — ISBN 978-5-406-08085-6. — URL:<https://book.ru/book/939058> (дата обращения: 16.01.2022). — Текст: электронный.

4. Деловые коммуникации. Практикум.: учебное пособие / Л.И. Чернышова. — Москва: КноРус, 2021. — 216 с. — ISBN 978-5-406-02110-1. — URL:<https://book.ru/book/940045> (дата обращения: 16.01.2022). — Текст: электронный.

5. Социальная коммуникация в профилактике конфликтов: учебно-методическое пособие / Н.Х. Гафиатулина, С.И. Самыгин. — Москва: Русайнс, 2021. — 162 с. — ISBN 978-5-4365-6341-1. — URL:<https://book.ru/book/939080> (дата обращения: 16.01.2022). — Текст: электронный.

6. Деловая этика и деловые коммуникации в сфере бизнеса: учебник / И.В. Долгова. — Москва: КноРус, 2021. — 401 с. — ISBN 978-5-406-07211-0. — URL:<https://book.ru/book/939839> (дата обращения: 16.01.2022). — Текст: электронный.

7. Николенко, П. Г. Формирование клиентурных отношений в сфере сервиса / П. Г. Николенко, А. М. Терехов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 248 с. — ISBN 978-5-507-46007-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/293000>

8. Базовая коллекция ЭБС BOOK.ru.

### 3.2.2. Дополнительные источники

1. Психологические тесты [Электронный ресурс]. URL: <https://www.b17.ru/tests/>

2. Курс «Деловые коммуникации» [Электронный ресурс]. URL: <https://online.edu.ru/public/course?faces-redirect=true&cid=11136890>

## 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p><b>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:</b>            виды деловой коммуникации;            типология клиентов;            партнерские отношения, правила проведения переговоров;            основы конфликтологии;            способы коммуникации в цифровой среде;            понятие о профессиональных сообществах;            профессиональная коммуникация на рабочем месте</p>	<p><b>Применять знания</b>            о типологии клиентов            о проведении переговоров  <b>Демонстрировать знания</b>            об основах конфликтологии            о способах коммуникации в цифровой среде;            на рабочем месте, в коллективе</p>	<p><b>Тестирование по темам курса</b>            Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе выполнения практических работ</p>
<p><b>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:</b>            соблюдать принципы деловой коммуникации            взаимодействовать с клиентом на основе типологии и клиентоведения            выстраивать партнерские отношения со стейкхолдерами            находить решения в конфликтных ситуациях            безопасно и эффективно реализовать стратегию продвижения в социальных сетях            управлять и развивать профессиональное сообщество            соблюдать правила профессиональной коммуникации на рабочем месте            (в качестве специалиста, по найму)</p>	<p><b>Применять умения при:</b>            коммуникации в деловой среде;            при взаимодействии с клиентом на основе типологии и клиентоведения;            при выстраивании партнерских отношений со стейкхолдерами;            при решении в конфликтных ситуациях;            при реализации стратегии продвижения в социальных сетях;            при управлении и развитии профессионального сообщества;            при профессиональной коммуникации на рабочем месте (в качестве специалиста, по найму)</p>	<p><b>Тестирование по темам курса</b>            Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе выполнения практических работ</p>



