

ec29c88afcd483fc3f14efec2359dcd3514e1da10b174e9391ed46ce98af9ce5

Приложение №4
к Основной профессиональной
образовательной программе
СПО ССЗ

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

43.02.17 ТЕХНОЛОГИИ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

СПЕЦИАЛИСТ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ ПОДГОТОВКИ

ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Симферополь, 2025г.

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА
на заседании цикловой комиссии
по профессиональной и практической
подготовке специальности
43.02.17 Технологии индустрии
красоты
Протокол № _____
от «____» _____ 2025г.
Председатель цикловой комиссии

(Подпись, Ф.И.О.)

Разработана на основе Федерального
государственного образовательного
стандарта среднего
профессионального образования по
специальности 43.02.17 Технологии
индустрии красоты Утвержденного
приказом Министерства просвещения
Российской Федерации от 26 августа
2022 г. №775

Разработчик:

Ф.И.О., ученая степень, звание, должность,

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ 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 основной 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
Объем образовательной программы учебной дисциплины	52
в т.ч. в форме практической подготовки	16
в т. ч.:	
теоретическое обучение	36
практические занятия	16
<i>Самостоятельная работа</i>	-
Промежуточная аттестация	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, ак. ч / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч	Коды компетенций и личностных результатов ¹ , формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Виды деловой коммуникации		4	
Тема 1.1. Понятие деловой коммуникации	Содержание учебного материала:	4	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04
	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	4	
Раздел 2. Основы клиентоведения		28/12	
Тема 2.1. Типология клиентов	Содержание учебного материала	8/2	ОК 01 ОК 02
	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	6	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Разработать аргументы продажи клиенту косметической услуги	2	
Тема 2.2. Партнерство	Содержание учебного материала	14/8	ОК 01 ОК 03 ОК 04
	Переговоры и партнерство. Основные понятия Выбор партнера, этапы сотрудничества. Взаимовыгодное сотрудничество. Конфликт	6	

¹ В соответствии с Приложением 3 ПООП.

	интересов. Терминология: лидеры мнений, амбассадоры, инфлюенсеры. Принципы эффективной презентации		
	В том числе практических и лабораторных занятий	8	
	Составить лонг-лист потенциальных партнеров для специалиста индустрии красоты	2	
	Разработать и провести презентацию косметического продукта (услуги) для потенциальных партнеров	6	
Тема 2.3. Управление конфликтом	Содержание учебного материала	6/2	ОК 01 ОК 03 ОК 04
	Основы конфликтологии: причины негатива, способы работы с негативом	4	
	Понятие репутации, влияние на репутацию негативных и позитивных отзывов		
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Кейс по конфликтной ситуации между специалистом индустрии красоты и клиентом	2	
Раздел 3. Цифровая коммуникация		8/2	
Тема 3.1. Эффективная коммуникация в цифровой среде	Содержание учебного материала	8/2	ОК 01 ОК 02 ОК 03
	Законное регулирование коммуникации в цифровой среде	6	
	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		
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Описать идею вовлекающего контента страницы специалиста индустрии красоты в выбранной социальной сети	2	
Самостоятельная работа обучающихся Сформулировать ТОП-10 аккаунтов специалистов индустрии красоты с количеством подписчиков более 10 тыс. человек, проанализировать причины популярности		X	
Раздел 4 Методология построения сообщества		8/2	
Тема 4.1. Коммуникация в сообществе	Содержание учебного материала	8/2	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04
	Основы образования сообществ	6	
	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		
	В том числе практических и лабораторных занятий		

	Разработать план формирования сообщества для специалиста индустрии красоты	2	
Раздел 5. Профессиональная коммуникация		4/-	
Тема 5.1. Профессиональная коммуникация на рабочем месте специалиста (работающего по найму)	Содержание учебного материала	4	ОК 01 ОК 03 ОК 04
	Взаимодействие специалистов в сфере официальных отношений, статус участника профессиональной коммуникации Понятие субординации, должностной роли Формальное взаимодействие участников: выполнение распоряжков, требований и регламентов Правила делового общения по каналам связи: телефонная связь, электронная почта, мессенджеры Нравственные нормы профессиональных коммуникаций: честность, порядочность, ответственность, справедливость.	4	
	Промежуточная аттестация дифференцированный зачет	2	
Всего:		52	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрено следующее специальное помещение:

Кабинет «Деловые и профессиональные коммуникации»:

Оборудование учебного кабинета:

1. Рабочее место преподавателя -1шт.
2. Посадочные места по количеству обучающихся – 30шт.
3. Доска классная 1шт.
4. Стенды информационные – 4шт. Учебно-наглядные пособия. Ноутбук с лицензионным программным обеспечением и возможностью подключения к информационно - телекоммуникационной сети «Интернет» - 1шт.
5. Мультимедийная установка –1шт.
6. Демонстрационные учебно-наглядные пособия

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.1.1. Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации имеет печатные и 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 электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

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. —

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
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины: 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	Применять знания о типологии клиентов о проведении переговоров Демонстрировать знания об основах конфликтологии о способах коммуникации в цифровой среде; на рабочем месте, в коллективе	Тестирование по темам курса Экспертная оценка Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе выполнения практических работ
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины: 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)	Применять умения при: 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)	Тестирование по темам курса Экспертная оценка Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе выполнения практических работ