

*К ООП по специальности  
43.02.17 Технологии индустрии красоты*

**Министерство образования Московской области  
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
Московской области «Электростальский колледж»**

Утверждена приказом руководителя  
образовательной организации  
№ 211-од от 23.05.2023 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

### **ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП 06 Деловые и профессиональные коммуникации**

г.о. Электросталь, 2023г.

## РАССМОТРЕНО

ПЦК профессионального цикла  
по профессии 43.02.17 Парикмахер  
протокол №10 от «16» мая 2023 г.  
Председатель ПЦК

1. Рабочая программа учебной дисциплины **ОП 06 Деловые и профессиональные коммуникации** разработана в соответствии с требованиями:
2. Федерального государственного образовательного стандарта по профессии среднего профессионального образования 43.02.17 Технологии индустрии красоты, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 22 августа 2022 г. № 775 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.17 Технологии индустрии красоты (зарегистрирован Министерством юстиции РФ 29 декабря 2022 года, регистрационный номер № 70281)
3. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
4. Приказ Минпросвещения России от 08 апреля 2021 г. № 153 «Об утверждении Порядка разработки примерных основных образовательных программ среднего профессионального образования, проведения их экспертизы и ведения реестра примерных основных образовательных программ среднего профессионального образования»;
5. Приказ Минпросвещения России от 26.08.2022 г. № 775 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.17 Технология индустрии красоты»;
6. Приказ Минобрнауки России от 14 июня 2013 г. № 464 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»;
7. Приказ Минпросвещения России от 08 ноября 2021 г. № 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;
8. Приказ Минобрнауки России № 885, Минпросвещения России № 390 от 5 августа 2020 г. «О практической подготовке обучающихся» (вместе с «Положением о практической подготовке обучающихся»;
9. Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 25 декабря 2014 г. №1134н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по предоставлению парикмахерских услуг».
10. Федерального закона от 31 июля 2020 г. № 304-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон "Об образовании в Российской Федерации" по вопросам воспитания обучающихся»;
11. Приказа Министерства просвещения РФ от 01 сентября 2022г № 796 «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты среднего профессионального образования»
12. Учебного плана по специальности 43.02.17 Технология индустрии красоты, утвержденного приказом руководителя образовательной организации № 211-од от 23.05.2023 г

## **СОДЕРЖАНИЕ**

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

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.06 ДЕЛОВЫЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

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

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

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

В рамках программы 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 часов.
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	68
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	68
В том числе:	
лекции	42
Практические занятия	15
Контрольная работа	1
Самостоятельная работа	10
<b>Итоговое занятие в форме дифференцированного зачёта.</b>	

## 2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.06 ДЕЛОВЫЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Тематический план и содержание учебной дисциплины	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов	Уровень освоения	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4	5
<b>Раздел 1. Виды деловой коммуникации</b>				OK 01-04
<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.	<b>6</b>	<b>2</b>	
<b>Раздел 2. Основы клиентоведения</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 <b>Практические занятия</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	OK01.OK02.OK03 OK 04. OK 05. OK 06

	Разработать аргументы продажи клиенту косметической услуги	2		
<b>Тема 2.2. Партнерство</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	4	2	OK 01-04
	Переговоры и партнерство. Основные понятия Выбор партнера, этапы сотрудничества. Взаимовыгодное сотрудничество. Конфликт интересов. Терминология: лидеры мнений, амбассадоры, инфлюенсеры. Принципы эффективной презентации			
	<b>Практические занятия</b>	2		
	- Составить лонг-лист потенциальных партнеров для специалиста индустрии красоты; - Разработать и провести презентацию косметического продукта (услуги) для потенциальных партнеров.			
<b>Тема 2.3. Управление конфликтом</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	4	2	OK 01-04
	- Основы конфликтологии: причины негатива, способы работы с негативом - Понятие репутации, влияние на репутацию негативных и позитивных отзывов			
	<b>Практические занятия</b>	4		
	- Кейс по конфликтной ситуации между специалистом индустрии красоты и клиентом			
	Самостоятельная работа разделу 2	4		
<b>Раздел 3. Цифровая коммуникация</b>				
<b>Тема 3.1. Эффективная коммуникация в цифровой среде</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	8	2	OK01.OK02.OK03 OK 04. OK 05. OK 06
	-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>Практические занятия</b>	4		
	Описать идею вовлекающего контента страницы специалиста индустрии красоты в выбранной социальной сети			
	Самостоятельная работа по разделу 3	2		

<b>Раздел 4 Методология построения сообщества</b>				
<b>Тема 4.1. Коммуникация в сообществе</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	ОК01.ОК02.ОК03 ОК 04. ОК 05. ОК 06
	- 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>Практические занятия</b>	<b>2</b>		
	Разработать план формирования сообщества для специалиста индустрии красоты			
	Самостоятельная работа по разделу 4	<b>2</b>		
<b>Раздел 5. Профессиональная коммуникация</b>				
<b>Тема 5.1. Профессиональная коммуникация на рабочем месте специалиста (работающего по найму)</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	ОК01.ОК02.ОК03 ОК 04. ОК 05. ОК 06
	- 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>Контрольная работа</b>	<b>1</b>		
	Самостоятельная работа по разделу 5	<b>2</b>		
<b>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</b>		<b>2</b>		
<b>ИТОГО</b>		<b>68</b>		

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

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

**Кабинет** «Деловых и профессиональных коммуникаций», 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.

#### 3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.1.1. Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе.

##### 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>

##### 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 ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения <sup>1</sup>	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            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            Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе выполнения практических работ</p>