

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Поленова Инна Александровна

Должность: Генеральный директор

Дата подписания: 19.10.2023 15:52:08

Уникальный программный ключ:

2bc51b031f52f1ef87c6946d50ac9f5ab912348ab42251f7e55eb40acef68095

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования  
«Колледж Волжского университета имени В.Н. Татищева»

**УТВЕРЖДЕНО**

приказом генерального директора

АНО СПО «Колледж ВУиТ»

И.А. Поленовой

от 22 мая 2023 г. №82

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП.06 ДЕЛОВЫЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

Общепрофессионального цикла

основной профессиональной образовательной программы по специальности

43.02.17 Технологии индустрии красоты

(направленность Визаж и стилистика)

квалификация выпускника - специалист индустрии красоты

Тольятти, 2023 год

ОДОБРЕНА  
Педагогическим Советом  
Протокол № 5 от «22» мая 2023г.

Составитель: Мигунова Елена Григорьевна, заведующая отделением «Сервиса и информационных технологий» АНО СПО «Колледж ВУиТ».

Рабочая программа разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **43.02.17 Технологии индустрии красоты** утвержденного Приказом Министерством Просвещения Российской Федерации от 26.08.2022 г. № 775.

## СОДЕРЖАНИЕ

1	ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10
4	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.06 ДЕЛОВЫЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

## 1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины (далее — программа УД) является частью основной профессиональной образовательной программы АНО СПО «Колледж ВУиТ» по специальности СПО 43.02.17 Технологии индустрии красоты (направленность Визаж и стилистика).

Рабочая программа составлена для очной формы обучения.

## 1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Рабочая программа входит в обязательную и вариативную часть общепрофессионального цикла.

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

## 1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

### Базовая часть

В результате освоения дисциплины студент **должен уметь**:

-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).

В результате освоения дисциплины студент **должен знать**:

- виды деловой коммуникации;
- типология клиентов;
- партнерские отношения, правила проведения переговоров;
- профессиональная коммуникация на рабочем месте.

### Вариативная часть:

- основы конфликтологии;
- способы коммуникации в цифровой среде;
- понятие о профессиональных сообществах.

В процессе освоения дисциплины у студентов должны формироваться общие компетенции ОК:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

- 1.4. Количество часов на освоение программы учебной дисциплины:**
- максимальной учебной нагрузки обучающегося - **74 часов**, в том числе:
  - обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **72 часа**;
- В том числе часов **вариативной части** учебных циклов ППСЗ – **22 часа**.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

<b>Вид учебной деятельности</b>	<b>Объем часов</b>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	74
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	72
в том числе:	
лабораторные занятия	-
практические занятия	54
контрольные работы	-
курсовая работа (проект)	-
самостоятельная работа студента (всего)	2
Промежуточная аттестация в форме (5 семестр)	Зачета

**2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины  
ОП.06 Организация и ведение коммерческой деятельности специалиста индустрии красоты**

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, ак. ч / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч	Уровень освоения
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	
<b>Раздел 2. Основы клиентоведения</b>		<b>44/28</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>В том числе практических и лабораторных занятий</b> Разработать аргументы продажи клиенту косметической услуги	14/4 4 10 10	
<b>Тема 2.2. Партнерство</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Переговоры и партнерство. Основные понятия Выбор партнера, этапы сотрудничества. Взаимовыгодное сотрудничество.	20/16 4	

	Конфликт интересов. Терминология: лидеры мнений, амбассадоры, инфлюенсеры. Принципы эффективной презентации		
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	<b>16</b>	
	Составить лонг-лист потенциальных партнеров для специалиста индустрии красоты	8	
	Разработать и провести презентацию косметического продукта (услуги) для потенциальных партнеров	8	
<b>Тема 2.3. Управление конфликтом</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10/8</b>	
	Основы конфликтологии: причины негатива, способы работы с негативом Понятие репутации, влияние на репутацию негативных и позитивных отзывов	2	
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	<b>8</b>	
	Кейс по конфликтной ситуации между специалистом индустрии красоты и клиентом	8	
<b>Раздел 3. Цифровая коммуникация</b>		<b>12/10</b>	
<b>Тема 3.1. Эффективная коммуникация в цифровой среде</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>12/10</b>	
	Законное регулирование коммуникации в цифровой среде Инструменты эффективной коммуникации в цифровой среде Информационная безопасность в цифровой среде Принципы речевой организации web-текста	2	
	Формирование коммуникации через контент: генерация идей, UGS, сторителлинг, дискуссионный и вовлекающий контент, геймифицированный контент		
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	<b>10</b>	
	Описать идею вовлекающего контента страницы специалиста индустрии красоты в выбранной социальной сети	10	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Сформулировать ТОП-10 аккаунтов специалистов индустрии красоты с количеством подписчиков более 10 тыс. человек, проанализировать причины популярности	2	
<b>Раздел 4 Методология построения сообщества</b>		<b>12/10</b>	
<b>Тема 4.1. Коммуникация в сообществе</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>12/10</b>	
	Основы образования сообществ Классификация сообществ и разные подходы к управлению	2	

	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 и лабораторных занятий</b>	<b>10</b>	
	Разработать план формирования сообщества для специалиста индустрии красоты	10	
<b>Раздел 5. Профессиональная коммуникация</b>		<b>2/-</b>	
<b>Тема 5.1. Профессиональная коммуникация на рабочем месте специалиста (работающего по найму)</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>	
	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.	2	
<b>5 семестр</b>	<b>Промежуточная аттестация в форме зачета</b>	<b>Л-18 Пр-54 Ср-2</b>	
<b>Всего:</b>		<b>74</b>	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 - ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств)
- 2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
- 3 - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

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

#### **3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация программы дисциплины требует наличия Кабинет «Деловых и профессиональных коммуникаций».

Перечень основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения:

офисная мебель на 28 мест, 5 ПК с доступом в Интернет и ЭИОС, демонстрационное оборудование: экран - 1 шт., проектор - 1 шт., ПК – 1шт., звукоусиливающая аппаратура, на стенах планшеты для организации выставок работ обучающихся.

WindowsXP, OpenOffice, 7-zip, Microsoft Word Viewer, Microsoft Exel Viewer, Microsoft PowerPoint Viewer

#### **3.2. Информационное обеспечение**

Информационное обеспечение обучения содержит перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы.

##### **Основные источники:**

1. Тимофеев, М. И. Деловые коммуникации [Электронный ресурс] : Уч. пособ. / М. И. Тимофеев. - 2-е изд. - Москва : Риор : ИНФРА-М, 2011. - 120 с. - ISBN 978-5-369-00904-8 (РИОР), ISBN 978-5-16-004215-2 (ИНФРА-М). - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/415412>.

2. Серпикова, М. Б. Профессионально-деловое общение: практика устной и письменной коммуникации : учебное пособие для студентов всех направлений подготовки РУТ (МИИТ) / М. Б. Серпикова, Т. А. Шехурдина. - Москва : РУТ (МИИТ), 2019. - 434 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1895760>.

##### **Дополнительные источники:**

1. Косова, Ю. А. Деловые коммуникации: технологии общения: сборник практических заданий / Ю. А. Косова, Н. В. Сергеева. - Москва : РГУП, 2021. - 127 с. - ISBN 978-5-93916-893-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1869182> (дата обращения: 09.10.2023). – Режим доступа: по подписке.

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ 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>

<sup>1</sup> В ходе оценивания могут быть учтены личностные результаты.