

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ ЗДОРОВЬЕСБЕРЕГАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ»

УТВЕРЖДАЮ

директор Колледжа «МКЗТ»

И.В. Новикова

«30» августа 2025 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.06 Деловые и профессиональные коммуникации

для специальности
среднего профессионального образования

43.02.17 Технологии индустрии красоты

МОСКВА

2025

Рабочая программа *ОП.06 Деловые и профессиональные коммуникации* для специальности среднего профессионального образования:
43.02.17 Технологии индустрии красоты

ОРГАНИЗАЦИЯ-РАЗРАБОТЧИК: АНО ПО «Московский колледж здоровьесберегающих технологий»

Директор
Колледжа
«МКЗТ»



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат 02a7459f00bdb38cbd4b0a1837d6ee4b0f

Владелец **Новикова Ирина Валериевна**

Действителен с 24.12.2025 по 24.03.2027

И.В.
Новикова

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения программы

Учебная дисциплина *«Деловые и профессиональные коммуникации»* является обязательной частью общепрофессионального учебного цикла программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности *43.02.17 Технологии индустрии красоты*.

Рабочая программа учебной дисциплины едина для всех форм обучения и может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки).

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В ходе освоения учебной дисциплины *«Деловые и профессиональные коммуникации»* обучающийся

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.

должен знать:

- виды деловой коммуникации;
- типологию клиентов;
- правила проведения переговоров;
- основы конфликтологии;
- способы коммуникации в цифровой среде;
- принципы взаимодействия в профессиональных сообществах;
- правила профессиональной коммуникации на рабочем месте.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

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 финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

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

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы дисциплины	44
Обязательная аудиторная нагрузка	8
в том числе:	
Лабораторные и практические занятия	-
консультации	
самостоятельная работа	36
Промежуточная аттестация в форме	Дифференцированный зачет

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов	Коды формируемых компетенций
Раздел 1. Виды деловой коммуникации			
Тема 1. 1. Понятие деловой коммуникации	Содержание учебного материала Лекции	2	ОК 01-04
	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.		
	Самостоятельная работа обучающихся Найти и проанализировать примеры соответствия вербальной и невербальной коммуникации героев художественных фильмов.	4	
Раздел 2. Основы клиентоведения			
Тема 1.2. Типология клиентов	Содержание учебного материала Лекции	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.		
	Самостоятельная работа обучающихся Разработать аргументы продажи клиенту косметической (парикмахерской, визажной) услуги Составить рейтинг из 10 салонов красоты на основе анализа информации о салоне красоты (по сайту или отзывам клиента) по объективным и субъективным критериям.	6	
Тема 2.2. Партнерство	Содержание учебного материала Лекции	2	ОК 01, ОК 03, ОК 04
	Переговоры и партнерство. Основные понятия. Выбор партнера, этапы сотрудничества. Взаимовыгодное сотрудничество. Конфликт интересов. Терминология: лидеры мнений, амбассадоры, инфлюенсеры. Принципы эффективной презентации.		

	Самостоятельная работа обучающихся	6	
	Составить лонг-лист потенциальных партнеров для специалиста индустрии красоты. Разработать и провести презентацию косметического продукта (услуги) для потенциальных партнеров. По шаблону составить письмо о сотрудничестве с косметической компанией.		
Тема 2.3. Управление конфликтом	Самостоятельная работа обучающихся		
	Основы конфликтологии: причины негатива, способы работы с негативом. Понятие репутации, влияние на репутацию негативных и позитивных отзывов. Кейс по конфликтной ситуации между специалистом индустрии красоты и клиентом.	4	ОК 01, ОК 03, ОК 04
Раздел 3. Цифровая коммуникация			
Тема 3.1. Эффективная коммуникация в цифровой среде	Содержание учебного материала	2	ОК 01, ОК 03, ОК 04
	Лекции		
	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, пользовательский контент (UGS), сторителлинг, дискуссионный и вовлекающий контент, геймифицированный контент.		
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
Описать идею вовлекающего контента страницы специалиста индустрии красоты в выбранной социальной сети. Сформулировать ТОП-10 аккаунтов специалистов индустрии красоты с количеством подписчиков более 10 тыс. человек, проанализировать причины популярности.			
Раздел 4. Методология построения сообщества			
Тема 4.1. Коммуникация в сообществе	Самостоятельная работа обучающихся	6	ОК 01-04
	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. Разработать план формирования сообщества для специалиста индустрии красоты		

Раздел 5. Профессиональная коммуникация			
Тема 5.1. Профессиональная коммуникация на рабочем месте специалиста (работающего по найму)	Самостоятельная работа обучающихся	6	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. Оформление официальной страницы специалиста индустрии красоты в социальных сетях.		
<i>Дифференцированный зачет</i>			
Всего:		44	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Кабинет «Деловых и профессиональных коммуникаций», оснащенный оборудованием: посадочными местами по количеству обучающихся; рабочим местом преподавателя, доской учебной, дидактическими пособиями; программным обеспечением; видеофильмами; видеооборудованием (мультимедийный проектор с экраном); магнитной доской; компьютерами по количеству посадочных мест; профессиональными компьютерными программами.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд колледжа имеет печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе.

3.2.1. Основные печатные издания

1 Психология и этика делового общения: учебник / под ред. В. Н. Лавриненко. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юнити-Дана, 2017. – 420 с. : ил., табл. – (Золотой фонд российских учебников). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685080> (дата обращения: 31.05.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01050-2. – Текст: электронный.

2. Владимирова, Н. В. Основы деловых коммуникаций: учебное пособие: [16+] / Н. В. Владимирова, Н. В. Соломина; Омский государственный технический университет. – Омск: Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2019. – 110 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683047> (дата обращения: 31.05.2023). – Библиогр.: с. 68-73. – ISBN 978-5-8149-2774-3. – Текст: электронный. 15. 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.

3. Круглова, С. А. Деловая коммуникация: учебное пособие: [12+] / С. А. Круглова, И. А. Кузьминова, И. В. Щербакова науч. ред. О. А. Фомина. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 96 с.: табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694500> (дата обращения: 31.05.2023). – ISBN 978-5-4499-3343-0. – Текст : электронный.

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 знаний, осваиваемых в рамках дисциплины: - виды деловой коммуникации; - типологию клиентов; - правила проведения переговоров; - основы конфликтологии; - способы коммуникации в цифровой среде; - принципы взаимодействия в профессиональных сообществах; - правила профессиональной коммуникации на рабочем месте.	Применять знания - о типологии клиентов - о проведении переговоров Демонстрировать знания - об основах конфликтологии - о способах коммуникации в цифровой среде - о способах коммуникации 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: - 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.	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