

Министерство образования и науки Челябинской области  
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
«Троицкий технологический техникум»

УТВЕРЖДЕНА

Приказом директора ГБПОУ «ТТТ»  
от «30» мая 2024 г. № 250 о/д

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОПД. 06 Деловые и профессиональные коммуникации  
по специальности 43.02.17 Технологии индустрии красоты**

г. Троицк, 2024 г.

## **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 ПРОГРАММЫ ОБЩЕПРОФЕССИОННОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## ОПД.06 Деловые и профессиональные коммуникации

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

Общепрофессиональная дисциплина «ОПД.06 Деловые и профессиональные коммуникации» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы ГБПОУ «Троицкий технологический техникум» по специальности 43.02.17 Технологии индустрии красоты, с учетом профессиональной направленности ФГОС СПО.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии общепрофессиональных компетенций:

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;

### 1.2. Цель и 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**

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем в часах</b>
<b>Объем образовательной программы учебной дисциплины</b>	<b>66</b>
<b>Всего во взаимодействии с преподавателем</b>	<b>64</b>
<b>в т.ч. в форме практической подготовки</b>	24
в т. ч.:	
теоретическое обучение	40
практические занятия (если предусмотрено)	50
Самостоятельная работа	-
<b>Промежуточная аттестация, в форме диф.зачета</b>	

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
<b>Раздел 1. Виды деловой коммуникации</b>		<b>4</b>	
<b>Тема 1.1. Понятие деловой коммуникации</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>	<b>4</b>	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	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> найти и проанализировать примеры соответствия вербальной и невербальной коммуникации героев художественных фильмов	X	
<b>Раздел 2. Основы клиентоведения</b>		<b>28</b>	
<b>Тема 2.1. Типология клиентов</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	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	
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	<b>2/2</b>	
	Разработать аргументы продажи клиенту косметической услуги	2	

	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Составить рейтинг из 10 салонов красоты на основе анализа информации о салоне красоты (по сайту или отзывам клиента) по объективным и субъективным критериям.	X	
<b>Тема 2.2. Партнерство</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	OK 01 OK 03 OK 04
	Переговоры и партнерство. Основные понятия Выбор партнера, этапы сотрудничества. Взаимовыгодное сотрудничество. Конфликт интересов. Терминология: лидеры мнений, амбассадоры, инфлюенсеры Принципы эффективной презентации	<b>6</b>	
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	<b>8/8</b>	
	Составить лонг-лист потенциальных партнеров для специалиста индустрии красоты	2	
	Разработать и провести презентацию косметического продукта (услуги) для потенциальных партнеров	6	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> по шаблону составить письмо о сотрудничестве с косметической компанией	X	
<b>Тема 2.3. Управление конфликтом</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	OK 01 OK 03 OK 04
	Основы конфликтологии: причины негатива, способы работы с негативом Понятие репутации, влияние на репутацию негативных и позитивных отзывов	4	
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	<b>2/2</b>	
	Кейс по конфликтной ситуации между специалистом индустрии красоты и клиентом	2	
<b>Раздел 3. Цифровая коммуникация</b>		<b>8</b>	
<b>Тема 3.1. Эффективная коммуникация в цифровой среде</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	OK 01 OK 02 OK 03
	Законное регулирование коммуникации в цифровой среде Инструменты эффективной коммуникации в цифровой среде Информационная безопасность в цифровой среде Принципы речевой организации web-текста	6	
	Формирование коммуникации через контент: генерация идей, UGS, сторителлинг, дискуссионный и вовлекающий контент, геймифицированный контент		
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	<b>2/2</b>	
	Описать идею вовлекающего контента страницы специалиста индустрии красоты в выбранной социальной сети	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Сформулировать ТОП-10 аккаунтов специалистов индустрии красоты с количеством подписчиков более 10 тыс. человек, проанализировать причины популярности	X	

<b>Раздел 4 Методология построения сообщества</b>		<b>8</b>	
<b>Тема 4.1. Коммуникация в сообществе</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	OK 01 OK 02 OK 03 OK 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>6</b>	
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	<b>2/2</b>	
	Разработать план формирования сообщества для специалиста индустрии красоты	<b>2</b>	
<b>Раздел 5. Профессиональная коммуникация</b>		<b>4</b>	
<b>Тема 5.1. Профессиональная коммуникация на рабочем месте специалиста (работающего по найму)</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		OK 01 OK 03 OK 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>4</b>	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Проанализировать организационную структуру сетевого салона красоты, указать количество персонала и должностные роли	X	
	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>2</b>	
<b>Всего:</b>		<b>64</b>	

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

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

Кабинет «Социально-гуманитарных дисциплин»,  
оснащенный оборудованием: посадочными местами по количеству обучающихся; рабочим местом преподавателя, доской учебной, дидактическими пособиями; программным обеспечением; видеофильмами; видеооборудованием (мультимедийный проектор с экраном или телевизор, или плазменная панель); экраном, проектором, магнитной доской; компьютерами по количеству посадочных мест; профессиональными компьютерными программами.

#### **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 (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список, может быть дополнен новыми изданиями.

##### **3.2.1. Обязательные печатные 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.
14. 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 : электрон- ный.
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 : электрон- ный.
16. 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 : электрон- ный.
17. Социальная коммуникация в профилактике конфликтов : учебно-методическое посо- бие / 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.
18. 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 : электрон- ный.

##### **3.2.2. Электронные ресурсы**



1. <https://www.b17.ru/tests/>
2. <https://online.edu.ru/public/course?faces-redirect=true&cid=11136890>
3. Электронные издания (электронные ресурсы): Образовательная платформа «Юрайт» <https://urait.ru/>

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

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>Виды деловой коммуникации</p> <p>Типология клиентов</p> <p>Партнерские отношения, правила проведения переговоров</p> <p>Основы конфликтологии</p> <p>Способы коммуникации в цифровой среде</p> <p>Понятие о профессиональных сообществах</p> <p>Профессиональная коммуникация на рабочем месте</p>	<p><b>Применять знания о</b></p> <p>Типологии клиентов</p> <p>О проведении переговоров</p> <p><b>Демонстрировать знания</b></p> <p>Об основах конфликтологии</p> <p>- о способах коммуникации в цифровой среде</p> <p>- на рабочем месте, в коллективе</p>	<p><b>Тестирование по темам курса</b></p> <p>Экспертная оценка</p> <p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе выполнения практических работ</p>
<p><b>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:</b></p> <p>Применять знания по деловой и профессиональной коммуникации для профессионального и личностного развития:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- соблюдать принципы деловой коммуникации</li> <li>- взаимодействовать с клиентом на основе типологии и клиентоведения</li> <li>- выстраивать партнерские отношения со стейкхолдерами</li> <li>- находить решения в конфликтных ситуациях</li> <li>- безопасно и эффективно реализовать стратегию продвижения в социальных сетях</li> <li>- управлять и развивать профессиональное сообщество</li> <li>- соблюдать правила профессиональной коммуникации на рабочем месте (в качестве специалиста, по найму)</li> </ul>	<p><b>Применять умения при:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- коммуникации в деловой среде</li> <li>- при взаимодействии с клиентом на основе типологии и клиентоведения</li> <li>- при выстраивании партнерских отношений со стейкхолдерами</li> <li>- при решении в конфликтных ситуациях</li> <li>- при реализации стратегии продвижения в социальных сетях</li> <li>- при управлении и развитии профессионального сообщества</li> <li>- при профессиональной коммуникации на рабочем месте (в качестве специалиста, по найму)</li> </ul>	<p><b>Тестирование по темам курса</b></p> <p>Экспертная оценка</p> <p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе выполнения практических работ</p>