

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	Применять знания по деловой и профессиональной коммуникации для профессионального и личностного развития:	Виды деловой коммуникации
ОК 02	- соблюдать принципы деловой коммуникации	Типология клиентов
ОК 03	- взаимодействовать с клиентом на основе типологии и клиентоведения	Партнерские отношения, правила проведения переговоров
ОК 04	- выстраивать партнерские отношения со стейкхолдерами	Основы конфликтологии
	- находить решения в конфликтных ситуациях	Способы коммуникации в цифровой среде
	- безопасно и эффективно реализовать стратегию продвижения в социальных сетях	Понятие о профессиональных сообществах
	- управлять и развивать профессиональное сообщество	Профессиональная коммуникация на рабочем месте
	- соблюдать правила профессиональной коммуникации на рабочем месте (в качестве специалиста по найму)	

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	66
Всего во взаимодействии с преподавателем	64
в т.ч. в форме практической подготовки	24
В т. ч.:	
теоретическое обучение	40
практические занятия (если предусмотрено)	50
Самостоятельная работа	-
Промежуточная аттестация, в форме диф.зачета	

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
Раздел 1. Виды деловой коммуникации		4	
Тема 1.1. Понятие деловой коммуникации	<p>Содержание учебного материала:</p> <p>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</p> <p>Самостоятельная работа обучающихся найти и проанализировать примеры соответствие вербальной и невербальной коммуникации героев художественных фильмов</p>	4	OK 01 OK 02 OK 03 OK 04
Раздел 2. Основы клиентоведения		28	
Тема 2.1. Типология клиентов	<p>Содержание учебного материала</p> <p>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</p> <p>В том числе практических и лабораторных занятий</p> <p>Разработать аргументы продажи клиенту косметической услуги</p>	6	OK 01 OK 02
		2/2	
		2	

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

Раздел 4 Методология построения сообщества		8	
Тема 4.1. Коммуникация в сообществе	Содержание учебного материала	6	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	6	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2/2	
	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	OK 01 OK 03 OK 04
	Взаимодействие специалистов в сфере официальных отношений, статус участника профессиональной коммуникации Понятие субординации, должностной роли Формальное взаимодействие участников: выполнение распорядков, требований и регламентов Правила делового общения по каналам связи: телефонная связь, электронная почта, мессенджеры Нравственные нормы профессиональных коммуникаций: честность, порядочность, ответственность, справедливость.		
	Самостоятельная работа обучающихся	X	
	Проанализировать организационную структуру сетевого салона красоты, указать количество персонала и должностные роли		
	Промежуточная аттестация	2	
Всего:		64	

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 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>Применять знания о Типологии клиентов О проведении переговоров Демонстрировать знания Об основах конфликтологии</p> <ul style="list-style-type: none"> - о способах коммуникации в цифровой среде - на рабочем месте, в коллективе 	<p>Тестирование по темам курса Экспертная оценка Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе выполнения практических работ</p>
<p>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:</p> <p>Применять знания по деловой и профессиональной коммуникации для профессионального и личностного развития:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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>Применять умения при:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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>Тестирование по темам курса Экспертная оценка Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе выполнения практических работ</p>