

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

УТВЕРЖДЕНА  
Приказом директора ГБПОУ «ТТТ»  
от «23» мая 2025 г. № 192 о/д  
директор ГБПОУ «ТТТ»  
\_\_\_\_\_ Д.А. Корюхов

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
ОПД.06 ДЕЛОВЫЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ  
СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 43.02.17 ТЕХНОЛОГИИ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

г. Троицк, 2025 г.

Рабочая программа учебной дисциплины ОПД.06 «ДЕЛОВЫЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ» разработана в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 43.02.17 Технологии индустрии красоты

(утверженного Приказом Минпросвещения России от 26.08.2022г. № 775), в соответствии с примерной основной образовательной программой, разработанной Федеральным учебно-методическим объединением в системе СПО (ФИРО) по укрупненной группе 43.00.00 сервис и туризм

Организация - разработчик: ГБПОУ «Троицкий технологический техникум»

Разработчик:

Волгина Светлана Александровна, преподаватель специальных дисциплин.  
Кудрина Александра Валерьевна, преподаватель специальных дисциплин.

Рассмотрена на заседании цикловой методической комиссии преподавателей и мастеров производственного обучения социально-экономического и естественно - научного профиля.

Протокол № 6 от «16 » мая 2025 г.

## 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 ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **ОП.06 ДЕЛОВЫЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

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

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

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

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

В рамках программы учебной дисциплины обучающимся осваиваются умения и знания

<b>Код ПК, ОК</b>	<b>Умения</b>	<b>Знания</b>
OK 01	Применять знания по деловой и профессиональной коммуникации для профессионального и личностного развития:	Виды деловой коммуникации
OK 02	- соблюдать принципы деловой коммуникации	Типология клиентов
OK 03	- взаимодействовать с клиентом на основе типологии и клиентоведения	Партнерские отношения, правила проведения переговоров
OK 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**

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Объем образовательной программы</b>	<b>66</b>
<b>Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем</b>	<b>64</b>
теоретическое обучение	24
практические занятия	40
В том числе:	
В форме практической подготовки	50
курсовая работа (проект)	-
самостоятельная работа	2
<b>Консультации</b>	<b>-</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>Диф.Зачет</b>

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

	<b>Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся</b>	<b>Объем, ак. ч / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч</b>	<b>Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>Раздел 1. Виды деловой коммуникации</b>		<b>6</b>	
<b>Тема 1.1.</b> <b>Понятие деловой коммуникации</b>	<p><b>Содержание учебного материала:</b></p> <p>Сущность и понятие коммуникации, деловой коммуникации;</p> <p>Виды деловой коммуникации: контактное-дистантное, непосредственное-опосредованное, устное-письменное, межличностное-публичное</p> <p>Система основных регуляторов делового общения</p> <p>Деловой имидж, вербальная и невербальная коммуникация</p> <p><b>В том числе практических занятий (прикладной модуль)</b></p> <p>Деловой имидж, вербальная и невербальная коммуникация</p>	<b>6</b>      <b>4</b>	OK 01 OK 02 OK 03 OK 04
<b>Раздел 2. Основы клиентоведения</b>		<b>48</b>	
<b>Тема 2.1.</b> <b>Типология клиентов</b>	<p><b>Содержание учебного материала</b></p> <p>Классификация типов клиентов</p> <p>Мотивы клиента и характеристика приверженности к салону красоты/специалисту индустрии красоты (лояльные, «слепые», переключающиеся)</p> <p>Потребительские стереотипы, управление восприятием клиента</p> <p>Разновидности влияния на клиента: объективные (музыка, интерьер, запахи, оформление), субъективные (вербальные и невербальные способы коммуникации; вежливость, забота, внимательность)</p> <p>Точки контакта потребителя(клиента) и персонала (мастера), причины ухода клиента от специалиста</p> <p>Структура клиентской базы</p> <p><b>В том числе практических занятий (прикладной модуль)</b></p>	<b>8</b>      <b>4</b>     <b>4</b>	OK 01 OK 02

	Разработать аргументы продажи клиенту косметической услуги	4	
<b>Тема 2.2.</b> <b>Партнерство</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Переговоры и партнерство. Основные понятия Выбор партнера, этапы сотрудничества. Взаимовыгодное сотрудничество. Конфликт интересов. Терминология: лидеры мнений, амбассадоры, инфлюенсеры. Принципы эффективной презентации	<b>20</b> 6	OK 01 OK 03 OK 04
	<b>В том числе практических занятий(прикладной модуль)</b> Составить лонг-лист потенциальных партнеров для специалиста индустрии красоты	<b>14</b> 4	
	Разработать и провести презентацию косметического продукта (услуги) для потенциальных партнеров	6	
	Составить письмо о сотрудничестве с косметической компанией	4	
<b>Тема 2.3.</b> <b>Управление конфликтом</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Основы конфликтологии: причины негатива, способы работы с негативом Понятие репутации, влияние на репутацию негативных и позитивных отзывов	<b>10</b> 2	OK 01 OK 03 OK 04
	<b>В том числе практических занятий(прикладной модуль)</b> Кейс по конфликтной ситуации между специалистом индустрии красоты и клиентом	<b>8</b> 8	
<b>Раздел 3. Цифровая коммуникация</b>		<b>14</b>	
<b>Тема 3.1.</b> <b>Эффективная коммуникация в цифровой среде</b>	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  Формирование коммуникации через контент: генерация идей, UGS, строительлинг, дискуссионный и вовлекающий контент, геймифицированный контент	8 4	OK 01 OK 02 OK 03
	<b>В том числе практических занятий(прикладной модуль)</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	2	
<b>Раздел 4 Методология построения сообщества</b>		<b>5</b>	
<b>Тема 4.1.</b> <b>Коммуникация в</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Основы образования сообществ	<b>3</b> 3	OK 01 OK 02

<b>сообществе</b>	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		OK 03 OK 04
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2</b>	
	Разработать план формирования сообщества для специалиста индустрии красоты	2	
<b>Раздел 5. Профессиональная коммуникация</b>		<b>9</b>	
<b>Тема 5.1.</b> <b>Профессиональная коммуникация на рабочем месте специалиста (работающего по найму)</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>3</b>	OK 01 OK 03 OK 04
	Взаимодействие специалистов в сфере официальных отношений, статус участника профессиональной коммуникации	3	
	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.		
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>6</b>	
	Отработка делового общения по каналам связи: телефонная связь, электронная почта, мессенджеры	6	
<b>Всего:</b>		<b>66</b>	
<b>Промежуточная аттестация</b>		<b>Диф.Зачет</b>	

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

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

Кабинет «Специальных дисциплин», оснащённый 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**

##### **3.2.1. 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: 16.01.2023). — 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: 16.01.2023). — 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: 16.01.2023). — 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: 16.01.2023). — 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: 16.01.2023). — 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 УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p><b>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:</b></p> <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><b>Применять знания</b> о типологии клиентов о проведении переговоров</p> <p><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></p> <p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе выполнения практических работ</p>
<p><b>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:</b></p> <p>соблюдать принципы деловой коммуникации</p> <p>взаимодействовать с клиентом на основе типологии и клиентоведения</p> <p>выстраивать партнерские отношения со стейххолдерами</p> <p>находить решения в конфликтных ситуациях</p> <p>безопасно и эффективно реализовать стратегию продвижения в социальных сетях</p> <p>управлять и развивать профессиональное сообщество</p> <p>соблюдать правила профессиональной коммуникации на рабочем месте (в качестве специалиста, по найму)</p>	<p><b>Применять умения</b> при: коммуникации в деловой среде;</p> <p>при взаимодействии с клиентом на основе типологии и клиентоведения;</p> <p>при выстраивании партнерских отношений со стейххолдерами;</p> <p>при решении в конфликтных ситуациях;</p> <p>при реализации стратегии продвижения в социальных сетях;</p> <p>при управлении и развитии профессионального сообщества;</p> <p>при профессиональной коммуникации на рабочем месте (в качестве специалиста, по найму)</p>	<p><b>Тестирование по темам курса</b></p> <p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе выполнения практических работ</p>