

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 43.02.17 Технологии индустрии красоты, укрупненная группа профессий 43.00.00 Сервис и туризм.

Срок получения СПО по ППССЗ в очной форме обучения - 2 года 10 месяцев.

Организация-разработчик:

ГАПОУ НСО «Новосибирский колледж парикмахерского искусства»

Разработчики:

Квачева М.А., зам директора по УПР

Черницкая Н.В., методист ВК

Ананьева И.Н., преподаватель психологии

Рассмотрена и рекомендована к утверждению на заседании методической комиссии преподавателей учебных дисциплин

31.08.2023 г. протокол № 1

© ГАПОУ НСО «Новосибирский колледж парикмахерского искусства», 2023

СОДЕРЖАНИЕ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | Стр. |
|  | ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | 4 |
|  | СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | 5 |
|  | УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | 9 |
|  | КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | 9 |

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«ОП.06 Деловые и профессиональные коммуникации»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

 Учебная дисциплина «ОП.06 Деловые и профессиональные коммуникации» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.17 Технологии индустрии красоты.

 Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии 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 финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

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

 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код ПК, ОК | Умения | Знания |
| ОК 01– 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  |

1. 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  | 52 |
| в т.ч. в форме практической подготовки  | 16 |
| в т. ч.:  |
| теоретическое обучение  | 30 |
| практические занятия  | 16 |
| самостоятельная работа  | 6 |
| Промежуточная аттестация - экзамен | *8* |

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 практ. подгот., акад ч | Коды компе-тенций, форми-рованию которых способствует эле-мент программы  |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Раздел 1. Виды деловой коммуникации  | 4 |  |
| Тема 1. 1. Понятие деловой коммуникации  | Содержание учебного материала | 4/0 | 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  | 3 |
| Самостоятельная работа обучающихся Найти и проанализировать примеры соответствия вербальной и невербальной коммуникации героев художественных фильмов  | 1 |
| Раздел 2. Основы клиентоведения  | 28 |  |
| Тема 1.2. Типология клиентов  | Содержание учебного материала | 8/2 | 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  | 5 |
| В том числе практических и лабораторных занятий  | 2/2 |
| Разработать аргументы продажи клиенту косметической (парикмахерской, визажной) услуги  | 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  | 1 |
| Тема 2.2. Партнерство  | Содержание учебного материала | 14/8 | 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  | 5 |
| В том числе практических и лабораторных занятий | 8/8 |
| Составить лонг-лист потенциальных партнеров для специалиста индустрии красоты  | 2 |
| Разработать и провести презентацию косметического продукта (услуги) для потенциальных партнеров  | 5 |
| По шаблону составить письмо о сотрудничестве с косметической компанией | 1 |
| Самостоятельная работа обучающихсяСоставить список публичных личностей (блогеры, журналисты, политики, селебрити, специалисты, эксперты и др. – не менее 10), способных влиять на выбор целевой аудитории (клиенты салонов красоты, покупатели косметической продукции и др.). Обосновать выбор | 1 |
| Тема 2.3. Управление конфликтом  | Содержание учебного материала | 6/2 | ОК 01, ОК 03, ОК 04 |
| Основы конфликтологии: причины негатива, способы работы с негативом Понятие репутации, влияние на репутацию негативных и позитивных отзывов  | 4 |
| В том числе практических и лабораторных занятий  | 2/2 |
| Кейс по конфликтной ситуации между специалистом индустрии красоты и клиентом  | 2 |
| Раздел 3. Цифровая коммуникация  | 8 |  |
| Тема 3.1. Эффективная коммуникация в цифровой среде  | Содержание учебного материала | 8/2 | ОК 01, ОК 03, ОК 04 |
| Законное регулирование коммуникации в цифровой среде Инструменты эффективной коммуникации в цифровой среде Информационная безопасность в цифровой среде Принципы речевой организации web-текста  | 5 |
| Формирование коммуникации через контент: генерация идей, пользовательский контент (UGS), сторителлинг, дискуссионный и вовлекающий контент, геймифицированный контент  |
| В том числе практических и лабораторных занятий  | 2/2 |
| Описать идею вовлекающего контента страницы специалиста индустрии красоты в выбранной социальной сети  | 2 |
| Самостоятельная работа обучающихся. Сформулировать ТОП-10 аккаунтов специалистов индустрии красоты с количеством подписчиков более 10 тыс. человек, проанализировать причины популярности | 1 |
| Раздел 4. Методология построения сообщества  | 8 |  |
| Тема 4.1. Коммуникация в сообществе  | Содержание учебного материала  | 8/2 |  |
| 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 | ОК 01-04 |
| 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 |  |
| 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 | 2 | ОК 01, ОК 03, ОК 04 |
|  |
| Самостоятельная работа обучающихся Оформление официальной страницы специалиста индустрии красоты в социальных сетях  | 2 |  |
| Промежуточная аттестация – экзамен |  |  |
| Всего:  | 52 |  |

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. Жернакова М. Б., Румянцева И. А. Деловое общение: учебник и практикум для СПО / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. - М.: Издательство «Юрайт», 2018. - 370 с.

2. 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.

3. 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: электронный.

4. 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.

5. 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 : 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>

3. Лавриненко В. Н. Психология общения: учебник и практикум для СПО / В.Н. Лавриненко: учебник и практикум для СПО / В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова. — М.: Издательство Юрайт, 2018. – 350 с.

4 Панфилова А.П. Психология общения: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / А.П. Панфилова. – М.: Издательский центр «Академия», 2020 – 208 с.

1. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты обучения | Критерии оценки | Методы оценки |
| Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины: 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  | 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 - управлять и развивать профессиональное сообщество - соблюдать правила профессиональной коммуникации на рабочем месте (в качестве специалиста по найму)  | 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  |