**Приложение 2.6**

**к ОПОП-П по специальности**

**43.02.17 Технология эстетических услуг**

**Рабочая программа дисциплины**

# «ОП.06 ДЕЛОВЫЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

2024

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

[СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ 3](#_Toc156825287)

[1. Общая характеристика 4](#_Toc156825288)

[1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы 4](#_Toc156825289)

[1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины 4](#_Toc156825290)

[2. Структура и содержание ДИСЦИПЛИНЫ 7](#_Toc156825291)

[2.1. Трудоемкость освоения дисциплины 7](#_Toc156825292)

[2.2. Содержание дисциплины 8](#_Toc156825293)

[2.3. Курсовой проект (работа) 12](#_Toc156825295)

[3. Условия реализации ДИСЦИПЛИНЫ 13](#_Toc156825296)

[3.1. Материально-техническое обеспечение 13](#_Toc156825297)

[3.2. Учебно-методическое обеспечение 13](#_Toc156825298)

[4. Контроль и оценка результатов освоения ДИСЦИПЛИНЫ 15](#_Toc156825299)

1. Общая характеристика РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Деловые и профессиональные коммуникации»

(наименование дисциплины)

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Цель дисциплины «СГ.06 Основы финансовой грамотности»: формирование у обучающихся умений и навыков принятия финансовых решений в повседневной жизни и в процессе взаимодействия с финансовыми институтами.

Дисциплина «СГ.03 Основы финансовой грамотности» включена в вариативную часть Социально-гуманитарного цикла образовательной программы

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

Результаты освоения дисциплины соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника (п. 4.3 ОПОП-П).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Код ОК,**  **ПК** | **Уметь** | **Знать** | **Владеть навыками** |
| ОК.01 | распознавать задачу и/или проблему  в профессиональном и/или социальном контексте  анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части  определять этапы решения задачи  выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы  составлять план действия  определять необходимые ресурсы  владеть актуальными методами работы  в профессиональной и смежных сферах  реализовывать составленный план  оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) | актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить  основные источники информации и ресурсы д  ля решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте  алгоритмы выполнения работ  в профессиональной и смежных областях  методы работы в профессиональной и смежных сферах;  структуру плана для решения задач  порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности | *-* |
| ОК.02 | определять задачи для поиска информации  определять необходимые источники информации  планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию  выделять наиболее значимое в перечне информации  оценивать практическую значимость результатов поиска  оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач  использовать современное программное обеспечение  использовать различные цифровые средства  для решения профессиональных задач | номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности  приемы структурирования информации  формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации  порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности  в том числе с использованием цифровых средств | *-* |
| ОК.03 | определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности  применять современную научную профессиональную терминологию  определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования  выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи  презентовать идеи открытия собственного дела  в профессиональной деятельности; оформл5ть бизнес-план  рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования  определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности  презентовать бизнес-идею  определять источники финансирования | содержание актуальной нормативно-правовой документации  современная научная и профессиональная терминология  возможные траектории профессионального развития и самообразования  основы предпринимательской деятельности основы финансовой грамотности  правила разработки бизнес-планов  порядок выстраивания презентации  кредитные банковские продукты |  |
| ОК.04 | организовывать работу коллектива и команды  взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности | психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности  основы проектной деятельности |  |

* 1. **Обоснование часов вариативной части ОПОП-П**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№№ п/п** | **Дополнительные знания, умения, навыки *(если указаны ПК)*** | **№, наименование темы** | **Объем часов** | **Обоснование включения в рабочую программу** |
|  | - | - | - | - |

2. Структура и содержание ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование составных частей дисциплины** | **Объем в часах** | **В т.ч. в форме практ. подготовки** |
| Учебные занятия | 84 | 24 |
| *Курсовая работа (проект)* | – | – |
| Самостоятельная работа | 6 | 6 |
| Промежуточная аттестация в *форме (экзамен)* | 2+6 | – |
| Всего | **94** | **30** |

2.2. Содержание дисциплины

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Содержание учебного материала, практических и лабораторных занятий,** *курсовая работа (проект)* | **Объем, ак. ч. /  в том числе  в форме практической подготовки,  ак. ч.** | **Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы** |
| **Раздел 1. Виды деловой коммуникации** | | **12/4** |  |
| **Тема 1.1. Понятие деловой коммуникации** | **Содержание** | **8** | 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. Классификация имиджей. Инструментарий имиджелогии. | 8 |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** | **2** |
| Способы и методы формирования имиджа делового человека | *2* |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  Составление личного делового имиджа | 2 |
| **Раздел 2. Основы клиентоведения** | | **40/18** |  |
| **Тема 2.1. Типология клиентов** | **Содержание** | **14/6** | ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04 |
| 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 | 8 |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** | **4** |
| Разработать аргументы продажи клиенту косметической услуги  Составить рейтинг из 10 салонов красоты на основе анализа информации о салоне красоты (по сайту или отзывам клиента) по объективным и субъективным критериям | 2  2 |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  Особенности поведения сотрудников салона красоты с клиентами различных типов | **2** |
| **Тема 2.2. Партнерство** | **Содержание** | **16/8** | ОК 01, ОК 02, 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 | 8 |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** | **8** |
| Составить лонг-лист потенциальных партнеров для специалиста индустрии красоты | 2 |
| Разработать и провести презентацию салонной услуги (ногтевого, косметического, визажного продукта) для потенциальных партнеров | 6 |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |  |
| **Тема 2.3. Управление конфликтом** | **Содержание** | **10/4** | ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04 |
| Основы конфликтологии: причины негатива, способы работы с негативом.  Понятие репутации, влияние на репутацию негативных и позитивных отзывов | 6 |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** | **4** |
| Кейс по конфликтной ситуации между специалистом индустрии красоты и клиентом | 4 |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* |  |
| **Раздел 3. Цифровая коммуникация** | | **10/4** |  |
| **Тема 3.1. Эффективная коммуникация в цифровой среде** | **Содержание** | **6** | ОК 01, ОК 02, 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 .  Формирование коммуникации через контент: генерация идей, UGS, сторителлинг, дискуссионный и вовлекающий контент, геймифицированный контент | 6 |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** | **2** |
| Описать идею вовлекающего контента страницы специалиста индустрии красоты в выбранной социальной сети | 2 |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  Сформулировать ТОП-10 аккаунтов специалистов индустрии красоты с количеством подписчиков более 10 тыс. человек, проанализировать причины популярности. | 2 |
| **Раздел 4. Методология построения сообщества** | | **10/2** |  |
| **Тема 4.1. Коммуникация в сообществе** | **Содержание** | **8** | ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 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 | **8** |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** | **2** |
| Разработать план формирования сообщества для специалиста индустрии красоты | 2 |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Оформление официальной страницы специалиста индустрии красоты в социальных сетях* | **-** |
| **Раздел 5. Профессиональная коммуникация** | | **4/2** |  |
| **Тема 5.1. Профессиональная коммуникация на рабочем**  **месте специалиста (работающего по найму)** | **Содержание** | **2** | ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 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. | 2 |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** | **2** |
| Оформление официальной страницы специалиста индустрии красоты в социальных сетях. | 2 |
| **В том числе самостоятельная работа обучающихся**  *Необходимость и тематика определяются образовательной организацией* | **-** |
| *Курсовая работа (проект)* | |  |  |
| **Промежуточная аттестация:**  – консультация  – экзамен | | ***2***  ***6*** |  |
| **Всего** | | **84** |  |

3. Условия реализации ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет «Деловых и профессиональных коммуникаций»

3.2. Учебно-методическое обеспечение

**3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания**

1.Наименование.

1. Деловая этика и деловые коммуникации в сфере бизнеса: учебник / И.В. Долгова. – М.: КноРус, 2021. – 401 с. – ISBN 978-5-406-07211-0. – URL:https://book.ru/book/939839 (дата обращения: 16.01.2022). – Текст : электронный

2. Деловые коммуникации. Практикум: учебное пособие / Л.И. Чернышова. – М.: КноРус, 2021. – 216 с. – ISBN 978-5-406-02110-1. – URL:https://book.ru/book/940045 (дата обращения: 06.06.2024). – Текст: электронный.

3. Коноваленко, М. Ю. Психология общения: учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. Ю. Коноваленко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2021. – 476 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-11060-9. – URL: https://urait.ru/bcode/469732 (дата обращения: 06.06.2024). – Текст: электронный.

4. Основы деловых коммуникаций: учебное пособие / И.А. Юмашева. – М.: КноРус, 2022. – 162 с. – ISBN 978-5-406-08452-6. – URL:https://book.ru/book/942402 (дата обращения: 06.06.2024). – Текст: электронный.

5. Психология делового общения и межличностные коммуникации: учебник / Н.Ю. Ульянова. – М.: КноРус, 2021. – 152 с. – ISBN 978-5-406-08085-6. – URL:https://book.ru/book/939058 (дата обращения: 06.06.2024). – Текст: электронный.

6. Социальная коммуникация в профилактике конфликтов: учебно-методическое пособие / Н.Х. Гафиатулина, С.И. Самыгин. – М.: Русайнс, 2021. – 162 с. – ISBN 978-5-4365-6341-1. – URL:https://book.ru/book/939080 (дата обращения: 16.01.2022). – Текст: электронный.

7. Самыгин, С.И., Профессиональная этика и психология делового общения: учебник / С.И. Самыгин; под ред. А.М. Руденко. – М.: КноРус, 2021. – 232 с. – ISBN 978- 5-406-01698-5. – URL:https://book.ru/book/938764 (дата обращения: 06.06.2024). – Текст: электронный.

***3.2.2. Дополнительные источники***

*1. Библиотека электронных книг: http://currencyex.ru/*

*2. Каталог образовательных интернет – ресурсов: http://www.edu.ru/*

*3. Единое окно доступа к образовательным ресурсам: http://window.edu.ru/*

*4. Министерство образования и науки РФ ФГАУ «ФИРО»: http://www.firo.ru/*

*5. Портал «Всеобуч» – справочно-информационный образовательный сайт, единое окно доступа к образовательным ресурсам: http://www.edu-all.ru/*

*6. Электронные издания (электронные ресурсы): Образовательная платформа «Юрайт» https://urait.ru/*

*7. Экономико-правовая библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.vuzlib.net.*

*8. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» – Режим доступа http://www.consultant.ru*

*9. Справочно-правовая система «ГАРАНТ» – Режим доступа http://www.aero.garant.ru*

*10. Министерство Финансов РФ – Режим доступаhttp://www.minfin.ru*

*11. Информационно-аналитическое агентство «Интерфакс» – Режим доступаhttp://www.interfax.ru*

*12. Информационный Центр «Рейтинг» – Режим доступа http://www.rating.ru*

4. Контроль и оценка результатов   
освоения ДИСЦИПЛИНЫ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Результаты обучения** | **Показатели освоенности компетенций** | **Методы оценки** |
| В результате освоения дисциплины 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;  - управлять и развивать профессиональное сообщество;  - соблюдать правила профессиональной коммуникации на рабочем месте (в качестве специалиста, по найму).  В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать**:  - 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 | **уметь**  - 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).  **знать:**  - типологию клиентов;  -процедуру проведения переговоров;  Демонстрировать знания:  - об основах конфликтологии;  - о способах коммуникации в цифровой среде;  - о способах коммуникации на рабочем месте, в коллективе | *Тестирование.*  *Практические задания по работе с терминологией.*  *Подготовка и защита индивидуальных или групповых заданий проектного характера.*  *Практические задания по обзору научных публикаций и электронных источников информации.*  *Эссе.*  *Экзамен* |