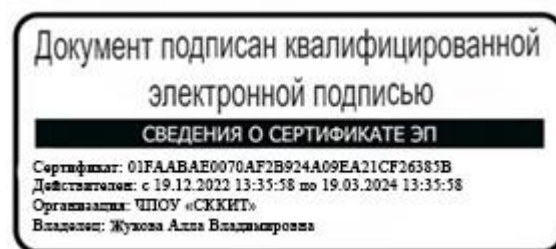


Частное профессиональное образовательное учреждение
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

Рассмотрена и утверждена
на Педагогическом совете
от 08.06.2023 Протокол № 04

УТВЕРЖДАЮ
Директор ЧПОУ «СККИТ»
А.В. Жукова
«08» июня 2023



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ДЕЛОВЫЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

43.02.17 ТЕХНОЛОГИИ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

СПЕЦИАЛИСТ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

Согласовано:

Заместитель директора по учебно - методической работе С.В. Марченко

Проверено:

Руководитель объединения инноваций и технологий эстетических услуг В.М. Жукова

Составитель:

Преподаватель А.В. Баранова

Программа учебной дисциплины деловые и профессиональные коммуникации разработана в соответствии с:

- Приказом Министерства просвещения РФ от 26 августа 2022 г. N 775 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.17 Технологии индустрии красоты"

Укрупненная группа специальности: 43.00.00 Сервис и туризм.

Организация-разработчик: Частное профессиональное образовательное учреждение «Северо-Кавказский колледж инновационных технологий»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	<u>4</u>
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	<u>6</u>
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	<u>11</u>
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	<u>13</u>
5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ	<u>16</u>
6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	<u>30</u>

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ДЕЛОВЫЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины Деловые и профессиональные коммуникации является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.17 Технологии индустрии красоты, квалификация - Специалист индустрии красоты.

1.2. Место программы учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы: дисциплина Деловые и профессиональные коммуникации входит в общепрофессиональный цикл (ОП.06).

1.3 Результаты освоения программы учебной дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины формируются следующие компетенции ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05.

Код и название компетенции	Умения	Знания
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	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 для 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. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	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;	номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их

	оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	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; оформлять 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. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем программы учебной дисциплины и виды работы

Вид учебной работы	Объем в академических часах очная форма обучения	Объем в академических часах заочная форма обучения
Объем учебной дисциплины,	84	84
в том числе реализуемый в форме практической подготовки	44	10
в том числе из объема учебной дисциплины:		
Теоретическое обучение	28	6
Практические занятия (если предусмотрено)	44	10
Самостоятельная работа (если предусмотрена)	12	68
Промежуточная аттестация / форма контроля	Дифференцированный зачет	Дифференцированный зачет

2.2. Тематический план и содержание программы учебной дисциплины Деловые и профессиональные коммуникации

Наименование разделов и тем	Формы организации учебной деятельности обучающихся	Содержание форм организации учебной деятельности обучающихся	Объем часов (очная форма)	Объем часов (заочная форма)	Коды реализуемых компетенций	Уровень освоения
Тема 1. Понятие деловой коммуникации	Теоретическое обучение	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	4	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05.	1
	Практическое занятие	(в том числе в форме практической подготовки) Тренинговое занятие «Многоплановый характер общения. Вербальные и невербальные средства общения». Опрос	6	6		2
	Самостоятельная работа	Работа в сети Интернет, с конспектом, книгой.		10		3
Тема 2. Типология клиентов	Теоретическое обучение	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	4	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05.	1
	Практическое занятие	(в том числе в форме практической подготовки) 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. Опрос	6	4		

	Самостоятельная работа	Работа в сети Интернет, с конспектом, книгой.	2	10		3	
Тема 3. Работа с возражениями клиентов	Теоретическое обучение	Понятие возражения. Продажа начинается с возражения. Возражение как желание клиента узнать больше. Почему клиенты возражают. Правило 3+1. Возражение как сопротивление.	4		ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05.		
	Практическое занятие	(в том числе в форме практической подготовки) Тренировочные упражнения по работе с возражениями клиентов. Опрос	10				
	Самостоятельная работа	Работа в сети Интернет, с конспектом, книгой.	2	10			
Тема 4. Партнерство	Теоретическое обучение	Переговоры и партнерство. Основные понятия Выбор партнера, этапы сотрудничества. Взаимовыгодное сотрудничество. Конфликт интересов. Терминология: лидеры мнений, амбассадоры, инфлюенсеры. Принципы эффективной презентации	4		ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05.	1	
	Практическое занятие	(в том числе в форме практической подготовки) Составить лонг-лист потенциальных партнеров для специалиста индустрии красоты. Разработать и провести презентацию косметического продукта (услуги) для потенциальных партнеров. По шаблону составить письмо о сотрудничестве с косметической компанией. Опрос	6				
	Самостоятельная работа	Работа в сети Интернет, с конспектом, книгой.	2	10			3
Тема 5. Управление конфликтом	Теоретическое обучение	Основы конфликтологии: причины негатива, способы работы с негативом. Понятие репутации, влияние на репутацию негативных и позитивных отзывов.	4		ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05.	1	
	Практическое занятие	(в том числе в форме практической подготовки) Кейс по конфликтной ситуации между специалистом индустрии красоты и клиентом. Речевая агрессия: распознавание скрытой и открытой речевой агрессии. Анализ вербальных и невербальных средств. Опрос	6				2
	Самостоятельная работа	Работа в сети Интернет, с конспектом, книгой.	2	10			3
Тема 6.	Теоретическое обучение	Законное регулирование коммуникации в цифро-	4		ОК 01, ОК	1	

Эффективная коммуникация в цифровой среде. Коммуникации в сообществе		<p>вой среде Инструменты эффективной коммуникации в цифровой среде Информационная безопасность в цифровой среде Принципы речевой организации web-текста.</p> <p>Формирование коммуникации через контент: генерация идей, UGS, сторителлинг, дискуссионный и вовлекающий контент, геймифицированный контент.</p> <p>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</p>			02, ОК 03, ОК 04, ОК 05.	
	Практическое занятие	<p>(в том числе в форме практической подготовки)</p> <p>Описать идею вовлекающего контента страницы специалиста индустрии красоты в выбранной социальной сети.</p> <p>Траектория корректного ответа на провокации в ситуациях онлайн- и офлайн- общения.</p> <p>Разработать план формирования сообщества для специалиста индустрии красоты. Опрос</p>	10			
	Самостоятельная работа	Работа в сети Интернет, с конспектом, книгой.	2	10		3
Тема 7. Профессиональная коммуникация на рабочем месте специалиста (работающего по найму)	Теоретическое обучение	<p>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, от-</p>	4		ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05.	1

		ветственность, справедливость. Опрос				
	Самостоятельная работа	Работа в сети Интернет, с конспектом, книгой.	2	8		3
Промежуточная аттестация / форма контроля Очная (заочная) форма обучения: дифференцированный зачет						
Итого			84	84		

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – Ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – Репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
- 3.– Продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению образовательной программы

Для реализации образовательной дисциплины Деловые и профессиональные коммуникации организация должна располагать инфраструктурой, обеспечивающей проведение всех видов практических занятий, предусмотренных учебным планом, образовательной программой. А также:

- кабинет Деловые и профессиональные коммуникации
- оснащение кабинета

№	Наименование оборудования	Техническое описание
I. Специализированная мебель и системы хранения		
Основное оборудование:		
	Стол ученический	регулируемый по высоте
	Стул ученический	регулируемый по высоте
Дополнительное оборудование:		
	Магнитно-маркерная доска / флипчарт	модель подходит для письма (рисования) маркерами и для размещения бумажных материалов с помощью магнитов
II. Технические средства		
Основное оборудование:		
	Сетевой фильтр	с предохранителем
	Интерактивный программно-аппаратный комплекс мобильный или стационарный, программное обеспечение	диагональ интерактивной доски должна составлять не менее 65" дюймов (165,1 см); для монитора персонального компьютера и ноутбука – не менее 15,6" (39,6 см), планшета – 10,5" (26,6 см) ¹
Дополнительное оборудование:		
	Колонки	для воспроизведения звука любой модификации
	Web-камера	любой модификации
III. Демонстрационные учебно-наглядные пособия		
Основные:		
	Наглядные пособия	нет
Дополнительные:		
	настенный стенд	отражающий специфику дисциплины

- оснащение помещений, задействованных при организации самостоятельной и воспитательной работы:

помещения для организации самостоятельной и воспитательной работы должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации.

3.2. Требования к учебно-методическому обеспечению

Учебно-методический материал по дисциплине Психология общения включает: лекции; практические занятия, разработку тематики по рефератам, эссе, дискуссии, перечень во-

¹ Постановление Главного санитарного врача Российской Федерации от 28 сентября 2020 года N 28 «Об утверждении санитарных правил СП 2.4.3648-20 "Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи"»

просов к текущему контролю и промежуточной аттестации.

3.3. Интернет-ресурсы

<http://рпо.рф/> Российское психологическое общество
<https://rospsy.ru/> Федерация психологов образования России

3.4. Программное обеспечение, цифровые инструменты

Колледж обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

Используются программы, входящие в Единый реестр российских программ для электронных вычислительных машин и баз данных, а также реестр социальных соцсетей: «Яндекс.Диск (для Windows)», Яндекс.Почта, Telegram, Power Point, ВКонтакте (vk.com), Youtube.com, Вебинар.ру

3.5. Основная печатная или электронная литература

Бабаева Т.Б. Культура речи и деловое общение : учебное пособие / Бабаева Т.Б.. — Таганрог : Таганрогский институт управления и экономики, 2020. — 132 с. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/108085.html>

Федорова Н.Н. Речевая коммуникация и деловое общение : практикум / Федорова Н.Н.. — Сочи : Сочинский государственный университет, 2020. — 50 с. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106585.html>

3.6. Дополнительная печатная или электронная литература

Деревянкин Е.В. Деловое общение : учебное пособие для СПО / Деревянкин Е.В.. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 46 с. — ISBN 978-5-4488-0431-1, 978-5- 7996-2823-9. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/87797.html>

Измайлова М.А. Деловое общение : учебное пособие / Измайлова М.А.. — Москва : Дашков и К, 2021. — 252 с. — ISBN 978-5- 394-04151-8. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107778.htm>

3.7. Словари, справочники, энциклопедии, периодические материалы (журналы и газеты)

1. Электронный Большой психологический словарь
https://gufo.me/dict/psychologie_dict

2. Краткий терминологический словарь по предметам кафедры социально-гуманитарных дисциплин / составители И. И. Турский [и др.]. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2020. — 249 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/101398.html>

3. Журнал Гуманитарный вектор. Серия Педагогика. Психология
<https://www.iprbookshop.ru/23178.html>

4. Журнал Национальный психологический журнал
<https://www.iprbookshop.ru/27429.html>

5. <https://rg.ru/> Российская газета

6. <https://ug.ru/> Учительская газета

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, выполнения практических заданий, написания эссе, рефератов.

Содержание обучения	Характеристика основных видов учебной деятельности студентов (на уровне учебных действий)
Тема 1. Понятие деловой коммуникации	Работа в сети Интернет, с конспектом, книгой. Тренинговое занятие «Многоплановый характер общения. Вербальные и невербальные средства общения». Опрос
Тема 2. Типология клиентов	Работа в сети Интернет, с конспектом, книгой. 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. Опрос
Тема 3. Работа с возражениями клиентов	Работа в сети Интернет, с конспектом, книгой. Тренировочные упражнения по работе с возражениями клиентов. Опрос
Тема 4. Партнерство	Работа в сети Интернет, с конспектом, книгой. Составить лонг-лист потенциальных партнеров для специалиста индустрии красоты. Разработать и провести презентацию косметического продукта (услуги) для потенциальных партнеров. По шаблону составить письмо о сотрудничестве с косметической компанией. Опрос
Тема 5. Управление конфликтом	Работа в сети Интернет, с конспектом, книгой. Кейс по конфликтной ситуации между специалистом индустрии красоты и клиентом. Речевая агрессия: распознавание скрытой и открытой речевой агрессии. Анализ вербальных и невербальных средств. Опрос
Тема 6. Эффективная коммуникация в цифровой среде. Коммуникации в сообществе	Работа в сети Интернет, с конспектом, книгой. Описать идею вовлекающего контента страницы специалиста индустрии красоты в выбранной социальной сети. Траектория корректного ответа на провокации в ситуациях онлайн- и офлайн-общения. Опрос

	Разработать план формирования сообщества для специалиста индустрии красоты. Опрос
Тема 7. Профессиональная коммуникация на рабочем месте специалиста (работающего по найму)	Работа в сети Интернет, с конспектом, книгой.

Результаты подготовки обучающихся при освоении рабочей программы учебной дисциплины определяются оценками:

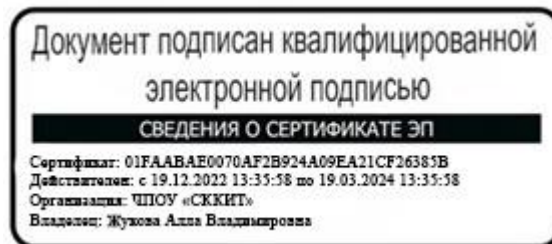
Оценка	Содержание	Проявления
Неудовлетворительно	Студент не обладает необходимой системой знаний и умений	Обнаруживаются пробелы в знаниях основного программного материала, допускаются принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий
Удовлетворительно	Уровень оценки результатов обучения показывает, что студенты обладают необходимой системой знаний и владеют некоторыми умениями по дисциплине. Студенты способны понимать и интерпретировать освоенную информацию, что является основой успешного формирования умений и навыков для решения практикоориентированных задач	Обнаруживаются знания основного программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности; студент справляется с выполнением заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим погрешности в ответе и при выполнении заданий, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
Хорошо	Уровень осознанного владения учебным материалом и учебными умениями, навыками и способами деятельности по дисциплине; способны анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практикоориентированных ситуациях	Обнаруживается полное знание программного материала; студент, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Как правило, оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному выполнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности
Отлично	Уровень освоения результатов обучения студентов по дисциплине является основой для фор-	Обнаруживается всестороннее, систематическое и глубокое знание программного материала

	<p>мирования общих и профессиональных компетенций, соответствующих требованиям ФГОС СПО. Студенты способны использовать сведения из различных источников для успешного исследования и поиска решения в нестандартных практикоориентированных ситуациях</p>	<p>ла, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой; студент, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «отлично» выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала</p>
--	--	---

Частное профессиональное образовательное учреждение
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

Рассмотрен и утвержден
на Педагогическом совете
от 08.06.2023 Протокол № 04

УТВЕРЖДАЮ
Директор ЧПОУ «СККИТ»
А.В. Жукова
«089» июня 2023



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДИСЦИПЛИНЫ
ДЕЛОВЫЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ
43.02.17 ТЕХНОЛОГИИ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ
СПЕЦИАЛИСТ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

2023 г.

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

После освоения дисциплины Деловые и профессиональные коммуникации студент должен обладать следующими компетенциями:

Код и название компетенции	Умения
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	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)
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	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.
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	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; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ
ДЕЛОВЫЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ
43.02.17 ТЕХНОЛОГИИ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ
СПЕЦИАЛИСТ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

1. ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Матрица учебных заданий

Тема 1. Понятие деловой коммуникации	Работа в сети Интернет, с конспектом, книгой. Тренинговое занятие «Многоплановый характер общения. Вербальные и невербальные средства общения». Опрос
Тема 2. Типология клиентов	Работа в сети Интернет, с конспектом, книгой. 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. Опрос
Тема 3. Работа с возражениями клиентов	Работа в сети Интернет, с конспектом, книгой. Тренировочные упражнения по работе с возражениями клиентов. Опрос
Тема 4. Партнерство	Работа в сети Интернет, с конспектом, книгой. Составить лонг-лист потенциальных партнеров для специалиста индустрии красоты. Разработать и провести презентацию косметического продукта (услуги) для потенциальных партнеров. По шаблону составить письмо о сотрудничестве с косметической компанией. Опрос
Тема 5. Управление конфликтом	Работа в сети Интернет, с конспектом, книгой. Кейс по конфликтной ситуации между специалистом индустрии красоты и клиентом. Речевая агрессия: распознавание скрытой и открытой речевой агрессии. Анализ вербальных и невербальных средств. Опрос
Тема 6. Эффективная коммуникация в цифровой среде. Коммуникации в сообществе	Работа в сети Интернет, с конспектом, книгой. Описать идею вовлекающего контента страницы специалиста индустрии красоты в выбранной социальной сети. Траектория корректного ответа на провокации в ситуациях онлайн- и офлайн-общения. Разработать план формирования сообщества для специалиста индустрии красоты. Опрос
Тема 7. Профессиональная коммуникация на рабочем месте специалиста (работающего по найму)	Работа в сети Интернет, с конспектом, книгой. Опрос

2. ОПИСАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ ПРОЦЕДУР ПО ПРОГРАММЕ

Тема 1. Понятие деловой коммуникации

Вопросы к опросу.

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.

Тренинговое занятие «Многоплановый характер общения. Вербальные и невербальные средства общения»

Тема 2. Типология клиентов

Вопросы к опросу

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.

Практическое задание:

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.

Тема 3. Работа с возражениями клиентов

Вопросы к опросу:

Понятие возражения.

Продажа начинается с возражения.

Возражение как желание клиента узнать больше.

Почему клиенты возражают.

Правило 3+1.

Возражение как сопротивление.

Тренировочные упражнения по работе с возражениями клиентов

Вид 1. Отговорка

Чаще всего такой вид возражений в продажах мы встречаем при работе по скрипту холодного звонка.

При "холодных звонках" мы слышим эти возражения в самом начале разговора, когда клиент такими отговорками хочет как можно скорее закончить разговор, и чтобы Вы отвязались от него.

Например, это могут быть короткие и неопределённые фразы по типу "Мне ничего не надо", "Неинтересно", "Я занят", "Некогда" и т.д. Чтобы понять, действительно ли это отговорка или, например, возражение "Нет времени", достаточно уловить интонацию клиента. По ней Вы сразу поймете, что он хочет от Вас отделаться.

Ваша задача в этом случае - не пытаться аргументировать и приводить доводы, почему Вы самые лучшие в мире. Клиенту это неважно - он хочет от Вас "убежать". Вам нужно зацепить его, поймать на крючок. В идеале - надавив на одну из эмоций: жадность, страх или тщеславие.

Именно эти эмоции цепляют клиента лучше всего и заставляют продолжить разговор. Рассмотрим на примере "Нам ничего не надо".

Жадность: А если понизим Ваши расходы на 20%?

Страх: Вы упускаете возможность стать первым в городе.

Тщеславие: Наш продукт создан именно для таких людей, как Вы.

Попробуйте закинуть интригу, чтобы у клиента сначала в голове, а потом на языке возникла мысль "Расскажите подробнее". Он может продолжить возражать, но начнёт делать это уже осознанно. Значит, мы перейдём на следующий уровень и работа с возражением продолжится.

Вид 2. Истинное возражение

По привычке мы все возражения записываем в истинный вид. Истинные возражения - это когда клиент говорит правдиво и прямо. Если он говорит "Дорого", то ему и вправду дорого. Если говорит "Мне нужно посоветоваться" - значит он хочет спросить совет у другого человека. Если говорит, что нет денег, значит их сейчас нет или недостаточно. Всё логично и понятно.

1. Согласие, призыв

Моя самая любимая техника работы с возражением клиента. Эта техника отработки по праву носит название самой универсальной. Состоит она из четырёх этапов. Последовательность соблюдать обязательно. Двигаемся по порядку.

Это важно! Теперь к [алгоритму отработки возражений](#). В данном случае он будет содержать следующие этапы:

1. **Согласие** - Да / Вы Правы / Такое вполне может быть / Есть такое мнение;
2. **Переход** - Именно поэтому/ И / Также / Для этого;
3. **Аргумент** - Мы даём гарантию 15 лет / Чистится с помощью обычной тряпки и воды;
4. **Призыв/вопрос** - Возьмёте в руки и уже не захочется отпускать / Вам какой цвет больше нравится?

Из этих четырёх шагов мы создаём универсальную последовательность отработки любого возражения.

Например, на возражение "Мне не нравится внешний вид этого топора", мы можем сказать "Внешний вид и вправду сначала пугает. Правда, когда Вы берёте его в руки, то понимаете, что всё сделано для людей. Эта прорезиненная ручка спасает от натирания мозолей и случайного соскальзывания. А это зубило, выполненное из титана, расколёт даже металлическую трубу. Вам насколько важно это?"

2. "Именно поэтому.."

Лаконичный вариант отработки возражений. Любую фразу клиента можно перевести на свой аргумент со словами "Именно поэтому". Сама техника является укороченной версией "Согласие...призыв" и актуальна в случае "слабого" возражения или малого количества времени.

Важно. Работа над возражением идёт в два этапа: переход -> аргумент.

На возражение "У нас есть поставщик", мы говорим "Именно поэтому наш разговор будет хорошим поводом снизить цену у него". На "Нет в наличии", мы произносим "Именно поэтому данный товар считается must have в арсенале любой домохозяйки".

3. Вопрос

Помимо того, что данная техника даёт отличную возможность отработать возражение, она ещё и помогает выяснить дополнительную информацию. Таким образом, вопросы мы можем поделить на два типа: утверждающие и уточняющие. Рассмотрим варианты на возражение “Дорого”.

- **Утверждающие:** Разве хорошее может стоить дешёво? / Если мы снизим цену, то как клиенты узнают, что у нас отличный продукт?
- **Уточняющие:** С кем Вы сравниваете? / Почему Вы так решили? / Что для Вас дорого?

С помощью правильных утверждающих вопросов Вы можете заставить клиента самого прийти к правильному выводу, не навязывая ему своё мнение.

А с помощью выясняющих Вы поймёте, что на самом деле клиент имеет в виду. Например, возражение “Подвеска этой машины слишком жёсткая” - непонятное (это значит, что клиенту нужна очень мягкая подвеска или средняя?). Поэтому задаём уточняющие вопросы.

Вид 3. Объективное условие

Можно назвать это не возражениями, а объективными причинами, по которым человек не может принять решение прямо сейчас. Вернёмся к варианту “Мне нужно посоветоваться”. Есть вариант, когда человек хочет посоветоваться, потому что сам сомневается, а есть вариант, когда человек объективно не может принять решение самостоятельно.

Например, у человека есть партнёр, но без согласия этого самого партнёра ничего не делается. Объективное условие это или нет, я расскажу ниже. На этом шаге Вам нужно осознать, что долбиться в закрытые ворота нет смысла. Потому что Вам их не открывают по объективной причине.

Для решения этой задачи нужно уметь ждать и взять инициативу по контролю сделки на себя, не насилуя человека и не заставляя его тут же принимать решение.

Не отпущу!

Вид 4. Скрытое возражение

Иногда, когда клиент говорит “Я подумаю в течение недели”, на самом деле причина заключается в другом. Это может быть, например, “Мне не подходит”, “Я видел у других дешевле” - или даже “Вы - хам”. Самое сложное в этом виде, понять - скрытое это возражение или истинное.

Рецепт определения довольно простой: Вам нужно начать обрабатывать это возражение как истинное. Если клиент постоянно меняет возражения, то Вы двигаетесь в правильном направлении. Нужно идти дальше и обрабатывать возражения как истинные.

Но если он повторяет одно и то же возражение постоянно, что бы Вы ни говорили, то перед нами скорее всего либо скрытое, либо объективное возражение. Чтобы это выяснить, нужно задать уточняющий вопрос. Например, на возражение “Дорого” мы задаём уточняющий вопрос “Если мы уладим вопрос со стоимостью, то остальное Вас устраивает? Вы бы купили?”

Обратите внимание. Уточняющий вопрос может начинаться иначе, например: “Предположим, мы решим вопрос с s ____” или “А что, если вопрос с s ____ не стоит”. Главное - сохранить идею и концепцию.

После уточняющего вопроса всё скрытое становится явным. Клиент в первом случае говорит “Да, я куплю. Но меня не устраивает цена”, или во втором случае говорит “Нет, я не куплю. Потому что мне ещё не нравится s ____”.

В первом случае это объективное условие, которое нам нужно решить с рациональной точки зрения. Во втором он скажет Вам следующее истинное возражение, которое мы начинаем отрабатывать как обычно.

Если говорит просто “Не куплю”, то достаточно узнать причину словами “Скажите, пожалуйста, для обратной связи, почему? Нам это очень важно”.

Готовые решения

Методы работы с возражениями здесь расписаны по разным техникам

- Очень дорого

Очень распространенная фраза, однако такую ситуацию можно решить посредством простых манипуляций:

1. Это очень хорошо, что Вы так серьёзно относитесь к своему бюджету. Скажите, пожалуйста, цена - это единственное, что Вас смущает, или же есть что-то, что хотелось бы улучшить в товаре/услуге?
2. Именно поэтому у нас приобретают те люди, которые не хотят платить дважды;
3. При покупке люди хотят получить высокое качество, отличный сервис и минимальную цену. И знаете, невозможно поддерживать на уровне качество и сервис при низкой цене. А что для Вас из этого важнее?

- Я подумаю

Ещё одна фраза, которая, думаю, есть в обиходе каждого человека. Но не стоит этого опасаться: и эту, по мнению многих, железобетонную стену можно пробить.

1. Клиенты часто говорят “Я подумаю”, когда хотят вежливо отказать. Скажите, пожалуйста, что именно Вам не нравится?
2. Да, пожалуйста. Как удобно. Только уточните, какой дополнительной информации Вам не хватает, чтобы озвучить своё решение?
3. Скажите, пожалуйста, Вам в целом наше предложение нравится или же что-то смущает?

- Отправьте коммерческое предложение

Такая просьба, как ни странно, тоже говорит о том, что человек не готов к совершению покупки, но для точной оценки стоит задавать правильные вопросы:

1. Обязательно отправлю. Тогда буквально на пару вопросов ответьте, чтобы понять, какое предложение Вам отправить. Хорошо?
2. С удовольствием это сделаю после нашей встречи, на которой обсудим все тонкости и специальные условия, которые Вы можете получить. У Вас же офис находится на s ____?
3. Вам наверняка каждый день присылают массу предложений. Я очень ценю Ваше время, поэтому скажите, пожалуйста, что для Вас сейчас актуально, чтобы не отправлять всё подряд?

- Не интересно

Интересы, как и другую форму восприятия, можно склонить на свою сторону, главное - правильно воспользоваться ситуацией.

1. Вполне допускаю. Именно поэтому я не настаиваю на сиюминутном сотрудничестве! Для начала я только предлагаю встретиться и познакомиться, чтобы в дальнейшем Вы знали, куда обратиться, если возникнет необходимость;
2. А на каких условиях Вам была бы интересна работа с нами?

- Скидку если дадите 30%+, то куплю

Клиенты могут просить скидку как от неуверенности, так и от редкой наглости (что бывает, конечно, нередко). Однако и тут нужно удержать себя в руках и перевести разговор в нужное вам русло.

1. Я с удовольствием дам Вам такую скидку, если наценка будет составлять в 2-3 раза больше. Мы же специально цены не задираем, чтобы Вы получали предложение по максимально выгодной цене;
2. Были случаи, когда клиент получал такую скидку. В первом случае, это когда s____, а во втором случае, когда s____. Если Вы попадёте под эти условия, то я обязательно согласую для Вас более низкую стоимость.

- У других дешевле

Апелляции к другим чаще всего считаются железным аргументом к выбиванию скидки (очень уж любят у нас торговаться), однако, если правильно задать тон, то можно даже аккуратно пристыдить человека.

1. Всегда найдется тот, кто предложит дешевле. Вопрос один: на чем они экономят, раз дают такую цену - на качестве или сервисе?
2. Если для Вас цена является единственным критерием выбора и на другие показатели Вам всё равно, то лучше Вам пойти к ним. Или давайте я расскажу подробнее, чем мы отличаемся и почему наше сотрудничество будет более выгодным для Вас.

- Мы работаем с другими

Последняя в этой подборке фраза, при которой также не стоит терять лицо, показывая свой профессионализм, решимость и доброжелательность.

1. Я ни в коем случае не призываю Вас прямо сейчас отказаться от их услуг. Я предлагаю рассмотреть вариант, как наши возможности могут дополнить те, что у Вас уже есть;
2. Налаженные связи это хорошо. Как раз наше предложение будет поводом снизить цену у действующего поставщика.

Тема 4. Партнерство

Вопросы к опросу

Переговоры и партнерство.

Основные понятия.

Выбор партнера, этапы сотрудничества.

Взаимовыгодное сотрудничество.

Конфликт интересов.

Терминология: лидеры мнений, амбассадоры, инфлюенсеры.

Принципы эффективной презентации

Практическое задание

Составить лонг-лист потенциальных партнеров для специалиста индустрии красоты.

Разработать и провести презентацию косметического продукта (услуги) для потенциальных партнеров.

По шаблону составить письмо о сотрудничестве с косметической компанией

Тема 5. Управление конфликтом

Вопросы к опросу

Основы конфликтологии: причины негатива, способы работы с негативом.

Понятие репутации, влияние на репутацию негативных и позитивных отзывов.

Практическое задание

Кейс по конфликтной ситуации между специалистом индустрии красоты и клиентом.

Речевая агрессия: распознавание скрытой и открытой речевой агрессии.
Анализ вербальных и невербальных средств.

Тема 6. Эффективная коммуникация в цифровой среде. Коммуникации в сообществе

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.

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

Практическое задание

Описать идею вовлекающего контента страницы специалиста индустрии красоты в выбранной социальной сети.

Траектория корректного ответа на провокации в ситуациях онлайн- и офлайн- общения.

Разработать план формирования сообщества для специалиста индустрии красоты.

Тема 7. Профессиональная коммуникация на рабочем месте специалиста (работающего по найму)

Вопросы к опросу

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.

**КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ДЕЛОВЫЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

43.02.17 ТЕХНОЛОГИИ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

СПЕЦИАЛИСТ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

Вопросы для подготовки к дифференцированному зачету (очная, заочная форма обучения)

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 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.

Понятие возражения.

Продажа начинается с возражения.

Возражение как желание клиента узнать больше.

Почему клиенты возражают.

Правило 3+1.

Возражение как сопротивление.

Переговоры и партнерство.

Основные понятия.

Выбор партнера, этапы сотрудничества.

Взаимовыгодное сотрудничество.

Конфликт интересов.

Терминология: лидеры мнений, амбассадоры, инфлюенсеры.

Принципы эффективной презентации

Основы конфликтологии: причины негатива, способы работы с негативом.

Понятие репутации, влияние на репутацию негативных и позитивных отзывов.

Анализ вербальных и невербальных средств.

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.

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

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.

Методы работы с возражениями по разным техникам

- Очень дорого

Очень распространенная фраза, однако такую ситуацию можно решить посредством простых манипуляций:

4. Это очень хорошо, что Вы так серьёзно относитесь к своему бюджету. Скажите, пожалуйста, цена - это единственное, что Вас смущает, или же есть что-то, что хотелось бы улучшить в товаре/услуге?
5. Именно поэтому у нас приобретают те люди, которые не хотят платить дважды;
6. При покупке люди хотят получить высокое качество, отличный сервис и минимальную цену. И знаете, невозможно поддерживать на уровне качество и сервис при низкой цене. А что для Вас из этого важнее?

- Я подумаю

Ещё одна фраза, которая, думаю, есть в обиходе каждого человека. Но не стоит этого опасаться: и эту, по мнению многих, железобетонную стену можно пробить.

4. Клиенты часто говорят “Я подумаю”, когда хотят вежливо отказать. Скажите, пожалуйста, что именно Вам не нравится?
5. Да, пожалуйста. Как удобно. Только уточните, какой дополнительной информации Вам не хватает, чтобы озвучить своё решение?
6. Скажите, пожалуйста, Вам в целом наше предложение нравится или же что-то смущает?

- Отправьте коммерческое предложение

Такая просьба, как ни странно, тоже говорит о том, что человек не готов к совершению покупки, но для точной оценки стоит задавать правильные вопросы:

4. Обязательно отправлю. Тогда буквально на пару вопросов ответьте, чтобы понять, какое предложение Вам отправить. Хорошо?
5. С удовольствием это сделаю после нашей встречи, на которой обсудим все тонкости и специальные условия, которые Вы можете получить. У Вас же офис находится на s ____?
6. Вам наверняка каждый день присылают массу предложений. Я очень ценю Ваше время, поэтому скажите, пожалуйста, что для Вас сейчас актуально, чтобы не отправлять всё подряд?

- Не интересно

Интересы, как и другую форму восприятия, можно склонить на свою сторону, главное - правильно воспользоваться ситуацией.

3. Вполне допускаю. Именно поэтому я не настаиваю на сиюминутном сотрудничестве! Для начала я только предлагаю встретиться и познакомиться, чтобы в дальнейшем Вы знали, куда обратиться, если возникнет необходимость;
4. А на каких условиях Вам была бы интересна работа с нами?

- Скидку если дадите 30%+, то куплю

Клиенты могут просить скидку как от неуверенности, так и от редкой наглости (что бывает, конечно, нередко). Однако и тут нужно удержать себя в руках и перевести разговор в нужное вам русло.

3. Я с удовольствием дам Вам такую скидку, если наценка будет составлять в 2-3 раза больше. Мы же специально цены не задираем, чтобы Вы получали предложение по максимально выгодной цене;
4. Были случаи, когда клиент получал такую скидку. В первом случае, это когда s ____, а во втором случае, когда s _____. Если Вы попадете под эти условия, то я обязательно согласую для Вас более низкую стоимость.

- У других дешевле

Апелляции к другим чаще всего считаются железным аргументом к выбиванию скидки (очень уж любят у нас торговаться), однако, если правильно задать тон, то можно даже аккуратно пристыдить человека.

3. Всегда найдется тот, кто предложит дешевле. Вопрос один: на чем они экономят, раз дают такую цену - на качестве или сервисе?
4. Если для Вас цена является единственным критерием выбора и на другие показатели Вам всё равно, то лучше Вам пойти к ним. Или давайте я расскажу подробнее, чем мы отличаемся и почему наше сотрудничество будет более выгодным для Вас.

- Мы работаем с другими

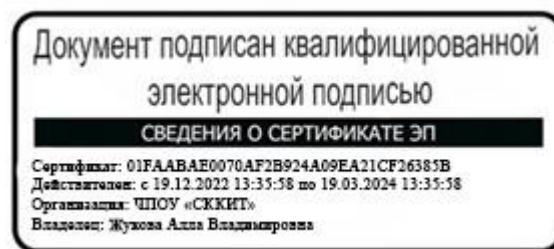
Последняя в этой подборке фраза, при которой также не стоит терять лицо, показывая свой профессионализм, решимость и доброжелательность.

3. Я ни в коем случае не призываю Вас прямо сейчас отказаться от их услуг. Я предлагаю рассмотреть вариант, как наши возможности могут дополнить те, что у Вас уже есть;
4. Налаженные связи это хорошо. Как раз наше предложение будет поводом снизить цену у действующего поставщика.

Частное профессиональное образовательное учреждение
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

Рассмотрены и утверждены
на Педагогическом совете
от 08.06.2023 Протокол № 04

УТВЕРЖДАЮ
Директор ЧПОУ «СККИТ»
А.В. Жукова
«08» июня 2023



МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

**РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ДЕЛОВЫЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

43.02.17 ТЕХНОЛОГИИ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

СПЕЦИАЛИСТ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ВИДОВ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Рекомендации по подготовке к лекциям

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы.

Каждому студенту следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Рекомендации по подготовке к практическим занятиям

При подготовке к практическому занятию студент должен ознакомиться с планом, выполнить все инструкции, предложенные преподавателем.

Результатом работы является свободное владение теоретическим материалом, полные ответы на поставленные вопросы, коллективное обсуждение проблемных тем.

Методические рекомендации по подготовке рефератов

Реферат – это изложение в письменном виде научной работы, результатов изучения научной проблемы, включающий обзор соответствующих литературных и других источников.

Основными структурными элементами являются:

- титульный лист;
- содержание;
- ключевые слова;
- определения;
- обозначения и сокращения;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения (если есть).

Работа выполняется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210 x 297 мм). Иллюстрированный материал (таблицы, схемы, диаграммы и т.п.) при необходимости можно выполнять на листах большего формата.

Текст печатается полуторным интервалом нормальным шрифтом черного цвета. Размер шрифта – 14 (Times New Roman). Межстрочный интервал – 1,5.

Абзацы в тексте начинаются отступом от левого поля. Отступ равен 1 см.

Опечатки, описки в тексте можно исправлять подчисткой или корректором. На место исправленное место вписываем текст от руки черной пастой или тушью. Если исправленный текст составляет часть страницы, то на это место можно наклеить бумагу с исправленным текстом.

На одной странице допускается не более двух исправлений, сделанных от руки.

Повреждение листов, помарки и следы не полностью удаленного прежнего текста не допускаются.

Предусматриваются следующие размеры полей (с отклонениями в пределах + 2 мм):

- левое – 30 мм;
- правое – 10 мм;
- верхнее – 20 мм;
- нижнее – 20 мм.

Рекомендуется производить выравнивание текста по ширине.

Объем работы: 10-15 страниц.

Методические рекомендации по подготовке эссе

Термин «эссе» происходит от французского слова «essai» и означает «очерк, проба, попытка». Эссе - это размышления автора на любую тему.

Целью эссе является информация или интерпретация, а не пересказ или цитирование какого-либо события.

При написании эссе необходимо выполнять следующие рекомендации:

1. Обязательным формальным требованием к данной работе является заголовок. Остальное: содержание, способ изложения мыслей, постановка проблемы, формулирование выводов и т.д. - пишется по усмотрению автора.
2. Главным требованием содержательного характера является высказывание взгляда автора на рассматриваемую проблему. Здесь возможны варианты: сопоставление уже известных точек зрения и мнения пишущего или только выражение субъективных мыслей автора по рассматриваемому вопросу.
3. В качестве средств выразительности при написании эссе приветствуется использование различных ассоциаций, сравнений, приведение цитат (однако не стоит забывать о том, что эссе - это всё-таки личное мнение и увлекаться цитированием не стоит), проведение параллелей и аналогий. Живость и динамичность тексту эссе обычно придают вопросы, неожиданные переходы, непредсказуемые выводы.
4. При написании эссе необходимо донести точку зрения студента, заставить задуматься над прочитанным, сделать свои собственные выводы по исследуемым вопросам. Главное при написании эссе - высказать собственную точку зрения.

Общие требования к качеству эссе оцениваются по следующим критериям:

- 1 Знание и понимание теоретического материала – студент определяет рассматриваемые понятия четко и полно, приводя соответствующие примеры; используемые понятия строго соответствуют теме; самостоятельность выполнения работы.
- 2 Анализ и оценка информации – студент грамотно применяет категории анализа; умело использует приемы сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений; способен объяснить альтернативные взгляды на рассматриваемую проблему и прийти к заключению; диапазон используемого информационного пространства (студент использует большое количество различных источников информации); дает объективную личную оценку.
- 3 Построение суждений - ясность и четкость изложения; логика структурирования доказательств - выдвинутые тезисы сопровождаются грамотной аргументацией; приводятся различные точки зрения и их личная оценка.
- 4 Оформление работы - работа отвечает основным требованиям к оформлению и использованию цитат; соблюдение лексических, фразеологических, грамматических и стилистических норм русского литературного языка; оформление текста с полным соблюдением правил русской орфографии и пунктуации; соответствие формальным требованиям.

Работа с литературными источниками

В процессе обучения студенту необходимо самостоятельно изучать учебно-методическую литературу. Самостоятельно работать с учебниками, учебными пособиями,

Интернет-ресурсами. Это позволяет активизировать процесс овладения информацией, способствует глубокому усвоению изучаемого материала.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи.

Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода).

Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно.

Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались.

Различают два вида чтения; первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах. После него не должно остаться ни одного непонятого слова. Содержание не всегда может быть понятно после первичного чтения.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым).

Как уже отмечалось, самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

При работе с литературой рекомендуется вести записи.

Основные виды систематизированной записи прочитанного:

Аннотирование – предельно краткое связное описание рассмотренной или прочитанной книги (статьи), ее содержания, источников, характера и назначения;

Планирование – краткая логическая организация текста, раскрывающая содержание и структуру изучаемого материала;

Тезирование – лаконичное воспроизведение основных утверждений автора без привлечения фактического материала;

Цитирование – дословное выписывание из текста выдержек, извлечений, наиболее существенно отражающих ту или иную мысль автора;

Конспектирование – краткое и последовательное изложение содержания прочитанного.

Конспект – сложный способ изложения содержания книги или статьи в логической последовательности. Конспект аккумулирует в себе предыдущие виды записи, позволяет всесторонне охватить содержание книги, статьи. Поэтому умение составлять план, тезисы, делать выписки и другие записи определяет и технологию составления конспекта.

Промежуточная аттестация

Каждый семестр заканчивается сдачей зачетов (экзаменов). Подготовка к сдаче зачетов (экзаменов) является также самостоятельной работой студентов. Студенту необходимо к зачету (экзамену) повторить весь пройденный материал по дисциплине в рамках лекций и рекомендуемой литературы.

Методические рекомендации по работе с Интернет-ресурсами

Среди Интернет-ресурсов, наиболее часто используемых студентами в самостоятельной работе, следует отметить электронные библиотеки, образовательные порталы, тематические сайты, библиографические базы данных, сайты периодических изданий. Для эффективного поиска в WWW студент должен уметь и знать: - четко определять свои информационные потребности, необходимую ретроспективу информации, круг поисковых серверов, более качественно индексирующих нужную

информацию, - правильно формулировать критерии поиска; - определять и разделять размещённую в сети Интернет информацию на три основные группы: справочная (электронные библиотеки и энциклопедии), научная (тексты книг, материалы газет и журналов) и учебная (методические разработки, рефераты); - давать оценку качества представленной информации, отделить действительно важные сведения от информационного шума; - давать оценки достоверности информации на основе различных признаков, по внешнему виду сайта, характеру подачи информации, её организации; - студентам необходимо уметь её анализировать, определять её внутреннюю непротиворечивость. Запрещена передача другим пользователям информации, представляющей коммерческую или государственную тайну, распространять информацию, порочащую честь и достоинство граждан. Правовые отношения регулируются Законом «Об информации, информатизации и защите информации», Законом «О государственной тайне», Законом «Об авторском праве и смежных правах», статьями Конституции об охране личной тайны, статьями Гражданского кодекса и статьями Уголовного кодекса о преступлениях в сфере компьютерной информации. При работе с Интернет-ресурсами обращайте внимание на источник: оригинальный авторский материал, реферативное сообщение по материалам других публикаций, студенческая учебная работа (реферат, курсовая, дипломная и др.). Оригинальные авторские материалы, как правило, публикуются на специализированных тематических сайтах или в библиотеках, у них указывается автор, его данные. Выполнены такие работы последовательно в научном или научно-популярном стиле. Это могут быть научные статьи, тезисы, учебники, монографии, диссертации, тексты лекций. На основе таких работ на некоторых сайтах размещаются рефераты или обзоры. Обычно они не имеют автора, редко указываются источники реферирования. Сами сайты посвящены разнообразной тематике. К таким работам стоит относиться критически, как и к сайтам, где размещаются учебные студенческие работы. Качество этих работ очень низкое, поэтому, сначала подумайте, оцените ресурс, а уже потом им пользуйтесь. В остальном с Интернет-ресурсами можно работать как с обычной печатной литературой. Интернет – это ещё и огромная библиотека, где вы можете найти практически любой художественный текст. В интернете огромное количество словарей и энциклопедий, использование которых приветствуется.