

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
«КОЛЛЕДЖ «КРАСНОСЕЛЬСКИЙ»**

**РАССМОТРЕНО И ПРИНЯТО**

на заседании Педагогического Совета  
СПб ГБПОУ «Колледж «Красносельский»

Протокол № 6 от 07.06.2024 г.

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор СПб ГБПОУ  
«Колледж «Красносельский»

\_\_\_\_\_ Г.И. Софина

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 г.

Приказ № 101-осн. от 07.06.2024 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ  
ПО ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ**

**по дисциплине**

ОП.06 Деловые и профессиональные коммуникации

**для обучающихся по специальности**

43.02.17 Технологии индустрии красоты

**СОГЛАСОВАНО:**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Санкт-Петербург  
2024 г.

## **РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО**

На заседании МК СПб ГБПОУ «Колледж «Красносельский»

Протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2024 г.

Председатель МК \_\_\_\_\_ Н.В. Медведева

**Организация-разработчик:** СПб ГБПОУ «Колледж «Красносельский»

**Разработчик:** Алексеенко Г.И., мастер производственного обучения.

Методические указания к практическим занятиям являются частью основной профессиональной образовательной программы СПО по специальности 43.02.17 Технологии индустрии красоты.

Укрупненная группа специальностей 43.00.00 Сервис и туризм.

Дисциплина «ОП.06 Деловые и профессиональные коммуникации».

## Содержание

ВВЕДЕНИЕ

ПЕРЕЧЕНЬ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОТДЕЛЬНЫМ ВИДАМ  
САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ РАБОТ

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №1

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №2

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №3

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №4

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №5

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №6

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №7

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №8

## **ВВЕДЕНИЕ**

Методические рекомендации предназначены для обучающихся колледжа, изучающих учебную дисциплину 43.02.17 «Технология индустрии красоты»

Методические рекомендации включают в себя учебную цель, перечень образовательных результатов, заявленных во ФГОС СПО, задачи, обеспеченность занятия, краткие теоретические и учебно-методические материалы по теме, вопросы для закрепления теоретического материала, задания для практической работы и инструкцию по ее выполнению, методику анализа полученных результатов, порядок и образец отчета о проделанной работе.

Учебные материалы к каждому из занятий включают контрольные вопросы, задания. Пособие содержит также список рекомендуемой литературы – основной, дополнительной и справочной, которая может использоваться обучающимися не только при подготовке к практическим занятиям, но и при написании рефератов.

Методические рекомендации по организации и проведению практических работ предназначены для реализации учебного плана по подготовке обучающихся по специальности 43.02.17 «Технология индустрии красоты»

Практические работы предназначены для обобщения, систематизации, углубления, закрепления полученных теоретических знаний на уроках учебной дисциплины «Деловые и профессиональные коммуникации». Формирования умений применять полученные знания на уроках учебной и производственной практик, выработки самостоятельности, ответственности, творческой инициативы при решении конкретных профессиональных задач в коммерческой организации.

Методические рекомендации по организации и проведению практических работ составлены в соответствии с рабочей программой, на базе основного общего образования (срок обучения 2 года 10 месяцев).

В данном пособии дано описание 7 практических работ, охватывающих темы:

Тема 1.1. Понятие деловой коммуникации

Тема 2.1. Типология клиентов

Тема 2.2. Партнерство

Тема 3.1 Проффессиональная коммуникация специалиста, работающего по найму

Практические работы включают в себя: цель работы, задание, порядок выполнения, оформление работы, краткие теоретические сведения, тесты, список литературы, вспомогательные средства для выполнения работы.

## **ПРАВИЛА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЙ НА ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЯХ**

Практические занятия выполняются обучающимися в соответствии с учебным расписанием занятий. Пропущенные практические занятия выполняются по согласованию с преподавателем в дни консультаций преподавателя.

К выполнению заданий допускаются обучающиеся:

- подготовленные к практической работе, имеющие тетрадь для практических работ, таблицы, шаблоны, канцелярские принадлежности;

- ознакомившиеся с целью и порядком выполнения задания;

- изучившие теоретические материалы, относящиеся к выполняемой работе по рекомендуемым учебникам, учебным элементам, конспектам.

Подготовленность обучающихся к выполнению заданий проверяется преподавателем индивидуально.

Результатом выполненного задания является отчет согласно инструкции практического занятия. Отчет оформляется аккуратно, в полном соответствии с общепринятыми требованиями. Рисунки, схемы выполняются простым карандашом с применением чертежного инструмента, обозначения и записи выполняются шариковой ручкой. Допускается оформление одного отчета группой из 3 – 4 обучающихся, если это предусмотрено инструкцией. Минимум знаний, необходимых для защиты выполненного задания отражают контрольные вопросы или тесты в конце практического занятия.

Основными этапами практического занятия являются:

- проверка знаний обучающихся – их теоретической подготовленности к занятию;
- инструктаж, проводимый преподавателем;
- выполнение заданий, работ, упражнений, решение задач;
- последующий анализ и оценка выполненных работ и степени овладения студентами запланированными умениями.

В соответствии с требованиями ФГОС СПО выполнение обучающимися практических занятий должно включать как обязательный компонент практические задания с использованием персональных компьютеров (составление отчета, таблицы, написание рефератов, эссе, подготовка к семинару и другое, в соответствии с содержанием программы дисциплины.

В результате выполнения практических заданий обучающийся должен знать:

- основные виды сырья и материалов парфюмерно-косметической промышленности;
- основные физико-химические свойства различных видов сырья и материалов;
- состав и свойства материалов для парикмахерских работ: по уходу за волосами и кожей волосистой части головы, гигиенические, профилактические и декоративные косметические средства для волос.

В результате выполнения практических заданий обучающийся должен уметь:

- применять материалы: шампуни, средства для оформления и закрепления прически, лосьоны, маски, красители, средства, профилактического ухода, средства для завивки на продолжительное время с учетом норм расходов .

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01- 11. ПК 1.1- ПК 4.6 ЛР 1-16	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 сстейкхолдерами - 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

## ПЕРЕЧЕНЬ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ раздела, темы	Тематика практического занятия	Кол-во часов
<b>II курс</b>		
<b>РАЗДЕЛ 1 Виды деловой коммуникации</b>		
Тема 1.1. Понятие деловой коммуникации	ПЗ 1 Основы коммуникативно-информационного взаимодействия людей ПЗ 2 Невербальная коммуникация. Решение задач ПЗ 3 Выполнение упражнений по вербальной коммуникации	8
Тема 2.1. Типология клиентов	ПЗ 4 Средства деловых коммуникаций ПЗ 5 Взаимодействия партнеров в деловой коммуникации для решения определенных задач организации ПЗ 6 Исследование социально- психологического портрета клиента салона красоты	4
Тема 2.2. Партнерство	ПЗ 7 Разработать и провести презентацию косметического продукта (услуги) для потенциальных партнеров	4
Тема 3.1. Профессиональная коммуникация специалиста, работающего по найму	Практическое занятие № 8 Интернет – новая сфера общения Практическое занятие № 9 Этика и психология деловых отношений	4
	<b>Всего</b>	<b>20</b>

### 1. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Тема 1.1. Понятие деловой коммуникации

#### Практическое занятие №1

#### Основы коммуникативно-информационного взаимодействия людей

Цель: получить знания о средствах, инструментах, формах, приемах и условиях эффективного делового и научного взаимодействия.

1. Предметно-целевое содержание деловой коммуникации, соблюдение формально-ролевых принципов взаимодействия.

- 2.Современные тенденции развития деловых коммуникаций.
3. В чем состоит, по Вашему мнению, значение коммуникации в современном менеджменте?
4. Рассмотрите организацию коммуникативного пространства как основу эффективности и жизнеспособности организации на примере.
5. Проанализируйте взаимозависимость участников деловой коммуникации.
6. Что подразумевается под коммуникативной компетентностью менеджера?
7. Раскройте содержание коммуникационного процесса: содержание, элементы и этапы.
8. Дайте характеристику линейным моделям коммуникации, выделите их сильные и слабые стороны.
9. Поясните, что такое обратная связь, и какова ее функция в коммуникации?
- 10.Что такое барьеры коммуникации, его основные виды?
11. Поясните, каким образом можно преодолеть барьеры коммуникации? Обоснуйте свое мнение.

Задание 1.Подготовить информацию, которая имеет технический характер и касается производственной.

Задание 2. Подготовить личную информацию о мыслях, установках, деятельности.

Задание 3.Приведите пример коммуникационного процесса.

Задание 4. Подготовить эссе. 1. Коммуникация как основа деловых отношений. 2. Специфика и основные задачи деловой коммуникации. 3. Коммуникативная культура современного специалиста. 4. Соблюдение норм языка и культуры речи в деловой коммуникации. 5. Коммуникативные модели взаимодействия деловых партнеров.

## **Практическое занятие №2**

### **Невербальная коммуникация. Решение задач**

Задание 1

Понаблюдайте за позами и жестами людей во время занятия, совещания, на остановке, перед началом спектакля, в транспорте. Сравните свою оценку внутреннего состояния объекта наблюдения с оценкой своего товарища. Обсудите отличия.

Задание 2

Разбейтесь на пары. Первые номера начинают рассказывать вторым о том, как они провели вчерашний день. У слушающих задание – в течение первых трех минут принять позу, подражающую позе рассказчика, и «отзеркаливать» его жесты. Затем принять произвольную позу и перестать «отзеркаливать» партнера. Потом поменяйтесь ролями. Результаты и ощущения обсудите в группе.

Задание 3





**Рис 1**



**Рис 2**

Рисунок 168. Человек слева сидит верхом на стуле для того, чтобы контролировать ход беседы или оказывать доминирующее влияние на человека справа. Он также пользуется жестом - "прямой разворот тела", направленным на человека справа от него. Он стиснул пальцы, и его ноги сведены вместе под стулом, что говорит о его расстроенных чувствах, возможно от того, что он не может убедить своих собеседников в своей правоте. Человек в центре чувствует себя выше остальных двух, о чем говорит его жест обеих рук, заложенных за голову. Кроме того, он зафиксировал одну ногу на колене другой ноги, а этот жест говорит о его несогласии и намерении поспорить. У него повышающий статус стул, который вращается, откидывается назад, катается на колесиках и имеет подлокотники. Человек справа сидит на стуле, который не способствует повышению статуса, это стул с низкой спинкой, устойчивыми ножками без колесиков, и никаких украшений. Его руки и ноги тесно переплетены (оборонительная позиция), голова наклонена вниз (враждебность). Все указывает на то, что человек не верит тому, что ему рассказывают.

Рисунок 2. Эта женщина демонстрирует классические жесты женского кокетства. Одна нога у нее выставлена вперед, указывая на человека слева (интерес), серия жестов - "руки на бедре" и "большой палец за поясом" говорит о сексуальной готовности, привлекательно [www.mlm24.ru](http://www.mlm24.ru) 152 выставлено левое запястье, и она при курении выпускает дым вверх (положительный настрой, уверенность в себе). Она также искоса поглядывает на человека слева, а он отвечает на ее кокетливые жесты своими жестами: он поправляет галстук (прихорашивание), и носок его ноги направлен на женщину. Голова его поднята вверх (заинтересованность). Видно, что мужчина в центре группы не в восторге от присутствия другого, т.к. он отвернулся от него и смотрит на него вызывающим взглядом искоса. Его ладони не видны, и он направляет дым при курении вниз (отрицательное отношение), кроме того, он опирается о стену (территориальный вызов).

## Практическое занятие №3

### Выполнение упражнений по вербальной коммуникации

#### Упажнение-мозговая атака «Какие качества привлекают меня в друзьях?»

**Цель:** дальнейшее формирование теплого эмоционального климата в группе; выяснение и выявление групповых предпочтений качеств личности.

Каждый участник называет качества, которые привлекают его в друзьях (естественно, позитивные качества). На плакате или доске помощники ведущего записывают все качества по порядку их называния. Затем, когда список составлен, все участники выбирают по три наиболее значимых с их точки зрения варианта, отмечая свой выбор на доске. Таким образом, в результате выявиться картина групповых предпочтений. Качество, набравшее наибольшее количество предпочтений, считается наиболее уважаемым, предпочитаем группой, остальные располагаются по мере убывания. Каждый член группы может сравнить свои выборы с общегрупповыми предпочтениями и осмыслив ситуацию, осуществить коррекцию собственного поведения.

#### Упражнение «Позитивное представление»

**Цель:** помогает частично устранить эмоциональный дисбаланс.

Участники разбиваются на пары. Можно использовать следующий прием для того, чтобы выбор был максимально произвольным, - участникам в случайном порядке раздаются карточки, на которых написано одно из следующих слов: гром, молнии, Москва, Кремль, Волга, Россия, Дездемона, Отелло, любовь, Купидон и т.д. После этого обладатели карточек, связанных общей темой, составляют пары. В течение пяти минут каждый участник имеет возможность рассказать своему партнеру о том, какой он замечательный, какими прекрасными качествами обладает, похвалиться своими успехами в различных областях жизни. Прослушав предельно внимательно рассказ партнера, второй участник должен пересказать то, что он услышал, как можно более точно и детально, доказав тем самым свое уважение и сосредоточенность. После этого наступает очередь второго участника.

#### Упажнение-игра «Ливень»

**Цель:** помогает снять напряжение предыдущего упражнения, расслабляет; активизирует внимание, стимулирует наблюдательность.

Ведущий находится в кругу, он определяет движения, и все повторяют по кругу эти движения, так как он поворачивается к каждому лицом, и только после этого игрок начинает выполнять данное движение. Он выполняет его до тех пор, пока ведущий не повернется по кругу к этому игроку и не покажет ему новое движение. Таким образом, одно движение выполняется по нарастающей, а предыдущее – по убывающей, так как все меньше участников выполняют предыдущее.

Виды движения ведущего:

1. 1 круг – потирание ладоней;
2. 2 круг – щелканье пальцами;
3. 3 круг – похлопывание по бедрам, слегка наклонившись вперед;
4. 4 круг – то же движение, дополненное притопыванием.

И далее – в каждом кругу постепенное возвращение по порядку движений назад потирание ладоней.

## Упражнение «Комплименты»

**Цель:** помогает создать позитивную эмоциональную атмосферу в группе, лучше осознать свои положительные качества, лучше понимать других людей; развивает эмпатию и перцепцию; корректирует самооценку участников, делая ее более адекватной.

Произвольно вбираются две пары. Им предлагается принять участие в

соревновании «**Кто больше скажет комплиментов**». По сигналу ведущего

один из партнеров в паре начинает говорить комплименты другому. Остальные участники делятся на две группы. Первая внимательно следит затем, чтобы комплименты не повторялись, иначе будет засчитан проигрыш, вторая – за тем, чтобы комплементы были «качественными». Если упражнение затягивается, ведущий может остановить его для последующего обсуждения. Участники пытаются описать свои ощущения: испытывали ли они неловкость в явно искусственных ситуациях общения, которые к тому же усугублялись соревновательным моментом; испытывали ли они некие положительные эмоции? Почему? С чем это связано?

## Тема 2.1. Типология клиентов

### Практическое занятие № 4 Средства деловых коммуникаций

Цель:

закрепить представления о механизмах взаимопонимания в процессе общения, активизация процесса самопознания и самоактуализации.

- 1.Какие процессы в структуре общения описывает коммуникативная сторона общения?
- 2.В чем отличие коммуникации в общении от процесса передачи информации?
- 3.Можно ли выделить функции коммуникации, которые выполняет любое сообщение?
- 4.Назовите основные знаковые системы невербальной коммуникации.
5. С помощью средств какой знаковой системы передается наибольшее количество информации о собеседнике?
- 6.Основные этапы процесса общения, их характеристика.
- 7.Факторы эффективности деловых коммуникаций.
- 8.Охарактеризовать основные коммуникативные навыки, их роль в деловом общении.
- 9.Стили и формы взаимодействий.
10. Поясните виды коммуникативных барьеров Б.Ф. Поршнева?  
адания 1.

Проанализируйте сообщение руководителя новому сотруднику, используя модель коммуникации Ф. Шульца фон Туна. Руководитель: «Да-а. А ваш предшественник справлялся с этой работой намного быстрее...» Результаты выполнения этого задания представьте в виде таблицы, заполнив вторую колонку (табл.1).

Таблица 1 –Модель коммуникации Ф. Шульца

Аспекты сообщения	Переданное руководителем сообщение	Воспринятое подчиненным сообщение
Предметное содержание		
Самовыражение		
Отношение		
Воздействие		

Заполните третью колонку таблицы. Реакция подчиненного на какой аспект переданного руководителем сообщения может оказаться началом конфликтной ситуации?\*

Задание 2. Заполните таблицу 2. Таблица 2 – Виды коммуникативных барьеров

Виды коммуникативных барьеров	Причина возникновения	Пример (краткое описание ситуации)
-------------------------------	-----------------------	------------------------------------

избегание	стремление защититься от «опасного» (неприятного) источника информации	Человек находит причины для откладывания встречи с неприятным для него человеком

Задание 3. Время на установление контакта и проведение беседы. Примеры ситуаций:

- Перед вами человек, которого вы хорошо знаете, но довольно долго не видели. Вы рады этой встрече...
- Перед вами незнакомый человек. Познакомьтесь с ним...
- Перед вами маленький ребенок, он чего-то испугался. Подойдите к нему и успокойте его.
- Вы опоздали на работу и перед вами ваш руководитель.
- Вы руководитель, а перед вами провинившийся подчиненный.
- Вы вернулись с прогулки после 12.00 и перед вами ваша рассерженная мама.
- После длительной разлуки вы встречаете любимого (любимую), вы очень рады встрече...

### **Практическое занятие № 5**

#### **Взаимодействия партнеров в деловой коммуникации для решения определенных задач организации**

Цель: правильное информирование о сложившейся ситуации и выработки по ним решения, развитие навыков ведения деловых совещаний, презентаций.

1. Дать общую характеристику деловых совещаний.
2. Рассмотреть виды деловых совещаний.
3. Проанализировать особенности организации деловых совещаний на предприятии.
4. Что включает в себя подготовка деловых совещаний?
5. Каковы профессиональные цели деловых совещаний?
6. Что необходимо предусмотреть организатору совещания?

Задания 1. Подготовить план совещания предложенным ситуациям

Ситуация 1. Отсутствие четкой цели

Ситуация 2. Недостаточная подготовка к совещанию.

Ситуация 3. Размытость границ Ситуация 4. Излишняя формализация, отсутствие внутренней мотивации ведущего и участников совещания на его проведение

Ситуация 5. Неадекватность цели совещания

### **Практическое занятие № 6**

#### **Исследование социально- психологического портрета клиента салона красоты**

## **Цель работы Научиться составлять портрет потребителя**

---

### **Цель работы:**

Научиться составлять портрет потребителя.

**Характер занятия:** репродуктивный.

**Форма организации занятия:** групповая.

**Обеспечение занятия:** содержание практического занятия, ресурсы сети интернет.

### **Порядок выполнения практической работы:**

1. Прочитать содержание практического занятия.

2. Выполнить задания в последовательности, указанной в содержании практического занятия.  
портрет современного потребителя.

Портрет потребителя должен включать в себя такие показатели, как пол, возраст, сферу деятельности, а также названия трех тематических сайтов, на которые он чаще всего заходит.

Сегмент целевой аудитории - пример 1. Женщины, которые пользуются услугами салона красоты время от времени, лишь перед каким-нибудь праздником или мероприятием.

Сегмент целевой аудитории - пример 2. Женщины, для которых маникюр является постоянной процедурой, и они регулярно его делают - это разные сегменты целевой аудитории, которые будут различаться по потребительскому поведению. Сегмент целевой аудитории - пример 3. Пример узкого сегмента – женщины, которые недавно родили ребенка, после родов располнели и сейчас хотят прийти в форму. У них будут пользоваться спросом антицеллюлитные процедуры. Это тоже отдельный сегмент ЦА салона красоты.

Выделенные нами сегменты целевой аудитории различаются между собой: по явно выраженным социальным признакам. Сегмент ЦА салона красоты может определяться по уровню дохода, по характеру занятости – кем и где человек работает: является ли клиент салона красоты предпринимателем, или домохозяйкой. по полу. Есть салоны красоты, ориентированные только на мужчин или только на женщин. по возрасту. Один салон красоты больше ориентирован на молодого человека, а другой работает с женщинами среднего возраста, третий специализируется на детях.

Первый блок портрета целевой аудитории - социальный профиль клиента. В этот блок входят данные пола и возраста, уровень образования, сфера деятельности. Чтобы определить портрет целевой аудитории, важно обозначить уровень дохода ЦА (минимум-максимум). Это определяет ценовой сегмент, на который ориентирован салон, конкретизируя портрет целевой аудитории. Второй блок портрета целевой аудитории салона красоты - данные о лайфстайле клиента и сфере его интересов, а также его психологический профиль. Эти данные значимы для построения гипотез будущих рекламных кампаний - где искать в онлайн-ваших потенциальных клиентов и чем их

привлекать. Третий блок портрета целевой аудитории салона красоты – тематический профиль, или то, чем живет клиент в вашей теме. Эта часть портрета очень важна для контент-маркетинга, а также для выгодного позиционирования ваших услуг в продающих текстах. Любой бизнес основывается на наличии острой боли/желаний у клиентов, которые бизнес способен удовлетворить. Здесь кроется огромный потенциал для взаимодействия с клиентом. Это - основа для разговора с клиентом и составления контент-плана в социальных сетях. Вы можете разбирать наиболее частые боли, желания, сомнения, опасения потенциальных клиентов, развеивать мифы и предубеждения. Решая, как составить портрет целевой аудитории салона красоты, учитывайте – вы должны помогать клиентам делать выбор между типами процедур, между нюансами тех или иных услуг. Когда вы вместе с клиентом преодолеваете его сомнения, показываете ему желаемую картинку, говорите о том, что у него по-настоящему болит, вы таким образом формируете лояльную целевую аудиторию, которая будет приходить к вам снова и снова. Четвертый блок портрета целевой аудитории салона красоты, или sale-смыслы, – это то, благодаря чему целевая аудитория принимает решение о покупке услуг вашего салона красоты. Каков ведущий мотив у целевой аудитории салона красоты при принятии решения о покупке услуг? Для одного типа портрета клиента салона красоты важно подчеркнуть статус, а для другого – ценен физический комфорт, а третьим значимо соотношение цены и качества (мотив - алчность). В sale-смыслах очень важен анализ препятствий, мешающие клиенту приобрести ваши услуги – это могут быть какие-то предубеждения, негативный опыт. Важно знать, что клиент думает о ваших конкурентах, или о вас в сравнении с ними. При формировании портрета клиента салона красоты учитывайте еще такой нюанс, как способ оплаты, удобный для клиентов. Не во всех салонах до сих пор включены варианты оплаты по банковским картам или возможность оплаты услуг онлайн.

---

Шаг 1. Анализируем профили клиентов в социальных сетях и выписываем их возраст, пол и географию.

Шаг 2. Выписываем целевые группы, в которых состоят клиенты, и целевые страницы, на которые они подписаны.

Шаг 3. Узнаем у потенциальных потребителей названия трех сайтов, на которых они проводят больше всего времени.

Шаг 4. Выписываем сферу деятельности, должность и место работы.

Шаг 5. Выписываем наиболее частые вопросы/проблемы, с которыми он сталкивается.

Шаг 6. Составляем обобщенный портрет клиента на основании полученных данных.

## **Тема 2.2. Партнерство**

### **Практическое занятие №7**

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

### **Цели:**

- закрепить знания основных понятий, изучаемых дисциплиной;
- закрепить навыки пользования дополнительной литературой

### **Форма контроля:**

- защита презентации

### **Алгоритм действий:**

1. Определить основные понятия по изученным темам (10 понятий).
2. Найти определения основных понятий, используя предложенную литературу.
3. Оформить задание в виде мультимедийной презентации  
презентации в виде коллажа

### **Время на выполнение 3 ч.**

### **Цели:**

- закрепить знания основных понятий, изучаемых дисциплиной;
- закрепить навыки пользования дополнительной литературой

### **Форма контроля:**

- проверка таблицы, основных понятий

### **Алгоритм действий:**

1. Определить основные понятия по изученным темам (10 понятий).
2. Найти определения основных понятий, используя предложенную литературу.
3. Оформить предложенную таблицу основных понятий дисциплины

## **Тема 3.1 Профессиональная коммуникация специалиста, работающего по найму**

### **Практическое занятие №8**

#### **Этика и психология деловых отношений**

Цель: формирование навыков принятия компетентных поведенческих решений и осуществления профессионально и этически выдержанной коммуникации

Ответственности организации?

3. Поясните сущность профессиональной этики.

4. Какие способы повышения этического уровня организации используются сегодня?

5. Назовите этические нормы общения, характеризующие здоровый морально-психологический климат в коллективе.

Задания. 1. Создание проекта Этического кодекса.

2. Определить, какой цели служат документы и какие функции они выполняют?

3. Указать общепринятые правила этикета, которые необходимо соблюдать при определенных случаях.

4. Отразить ваше мнение по вопросу делового общения.

### КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ВЫПОЛНЕННЫХ ЗАДАНИЙ И СТЕПЕНИ ОВЛАДЕНИЯ ЗАПЛАНИРОВАННЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

Вид работ	Критерии оценки	Баллы
Выполнение задания	Задание выполнено полностью с отличным качеством оформления отчета, рациональным использованием времени, самостоятельным планированием и организацией. Правильный расчет показателей в таблице.	5
	Задание выполнено с незначительными недочетами, хорошее качество оформления отчета, соблюдение отведенного на выполнение задания времени, самостоятельное планирование и выполнение задания при незначительной помощи преподавателя. Допущены не более 2-х ошибок в расчетах.	4
	Удовлетворительное выполнение задания, помощь преподавателя в планировании и выполнении задания, отдельные ошибки и неточности в формулировках, оформлении отчета, нарушения в организации и планировании работы. Отсутствие конкретного алгоритма проведения необходимых операций в соответствии с нормативными документами. Допущены не более 4-х ошибок в расчетах.	3
	Неудовлетворительное выполнение задания, с грубыми ошибками в отчете и защите работы, без соблюдения, отведенного на выполнение задания времени, неумение самостоятельно организовывать и планировать работу. Расчеты сделаны неправильно.	2
Выполнение задания с нарушениями сроков сдачи.	Задание выполнено во время консультаций, позже установленного срока оценивается по аналогичным критериям.	3



### **3.2.1. Основные источники:**

1. Самыгин, С.И., Профессиональная этика и психология делового общения : учебник / С.И. Самыгин, ; под ред. А.М. Руденко. — Москва : КноРус, 2021. — 232 с. — ISBN 978-5-406-01698-5. — URL:<https://book.ru/book/938764> (дата обращения: 16.01.2022). — Текст : электронный.

### **3.2.3. Дополнительные источники:**

1. Психология делового общения и межличностные коммуникации : учебник / Н.Ю. Ульянова. — Москва : КноРус, 2021. — 152 с.

### **3.2.4. Интернет-ресурсы**

1. Библиотечный фонд: ЭБС IPRbooks <https://www.b17.ru/tests/> (дата обращения )

### **Учебная и нормативная литература:**

Основные источники:

- 1.Безбородова Е. И. Материаловедение для парикмахеров:- М.:Академия, 256с.2017
- 2.Кузнецова.А.В., ГалиеваС.А. Парикмахерское искусство Материаловедение М.:Академия,208с.2016

Дополнительные источники:

1. Соколова Е.А. Основы физиологии кожи и волос: учеб. Пособие для нач. проф. Образования . – М.: Издательский центр «Академия», 2016. – 176 с.
2. Дрибноход Ю.Ю. Здоровые волосы. Максимум советов по уходу и лечению. Ваш профессиональный домашний консультант. – СПб: ИГ «Весь», 2016. – 384 с., ил.

Интернет-ресурсы:

1. Сырьевая база парфюмерно-косметической промышленности <http://microbiologu.ru/> дата обращения 09.05.2021
2. Препараты ухода за волосами. <http://meduniver.com/> дата обращения\_04.05.2021
3. Препараты и средства для ухода за кожей лица и тела. <http://meduniver.com/> дата обращения 09.04.2021
- 4.Дизинфицирующие и кровоостанавливающие средства. Учение об иммунитете <http://meduniver.com/> дата обращения 15.05.2021
5. Материаловедение парикмахерского искусства. <http://meduniver.com/> 20.05.2021