



АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ
МЕДИЦИНСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ ИМ. Н.А. БОРОДИНА»

ИНН 7203508378 КПП 720301001
ОГРН 1207200014537

Утверждаю

Ректор
АНО ДПО «НАМО ИМ. Н.А. БОРОДИНА»

Мазурина А.О.

12.01.2026 г.



Дополнительная профессиональная программа

повышения квалификации

«Бизнес в косметологии»

срок освоения 72 академических часа (ов)

Тюмень 2026 год

1. Нормативно-правовая основа разработки программы:

Данная программа разработана на основании следующих требований:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»
- Приказ от 24 марта 2025 года № 266 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»
- Приказ от 22 декабря 2014 года N 1069н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по предоставлению бытовых косметических услуг»

2. Паспорт образовательной программы

№	Обозначенные поля	Поля для заполнения
1.	Наименование программы	Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Бизнес в косметологии»
2.	Объем программы	72 часа (ов)
3.	Варианты обучения	Заочная, с применением дистанционных образовательных технологий
4.	Вид выдаваемого документа по окончании обучения	Лицам, успешно освоившим программу повышения квалификации и прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации.
5.	Требования к уровню образования	1) лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; 2) лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.
6.	Период обучения	Согласно учебному плану
7.	Цель реализации программы	Целью реализации дополнительной профессиональной программы повышения квалификации «Бизнес в косметологии» является совершенствование обучающимися знаний, умений и компетенций, необходимых для выполнения профессиональной деятельности.

3. Календарный учебный график

Учебные дни	День 1	День 2	День 3	День 4	День 5	День 6	День 7	День 8	День 9	День 10
Кол-во часов	6	8	8	8	8	8	8	8	8	2
Вид занятий	Лекции, самостоятельная работа									ИА (Тест)

4. Учебный план

№ п/п	Перечень курсов, дисциплин (модулей)	Трудоемкость, час	Объем контактной работы по видам учебных занятий (ауд /внеауд /электр.)		Самостоятельная работа (с использованием ЭО и ДОТ)	Формы аттестации
			Лекции	Практические занятия		
1.	Бизнес в косметологии	52	-	-	52	Текущий контроль
2.	Бизнес в косметологии. Массаж	18	-	-	18	Текущий контроль

№ п/п	Перечень курсов, дисциплин (модулей)	Трудоемкость, час	Объем контактной работы по видам учебных занятий (ауд /внеауд /электр.)		Самостоятельна я работа (с использованием ЭО и ДОТ)	Формы аттестации
			Лекции	Практическ ие занятия		
3.	Итоговая аттестация	2	-	2	-	Зачет (Тест)
Объем программы, час.		72	-	2	70	-

5. Содержание курса

1. Бизнес в косметологии

- 1.1. Оформление социальных сетей.
- 1.2. Оформление социальных сетей. Упаковка ВК
- 1.3. Воронка продаж
- 1.4. Работа с лидерами мнений
- 1.5. Работа с картами
- 1.6. Онлайн администратор
- 1.7. Как найти себе помощницу-мастера?
- 1.8. Основные рассылки для клиентов
- 1.9. Представительство и опт
- 1.10. Как окупить вложения и не попасть в кассовый разрыв
- 1.11. Сервисы для записи
- 1.12. Подбор помещения для косметолога
- 1.13. Подбор диодного лазера
- 1.14. Ценообразование
- 1.15. Анализ ЦА и конкурентов

2. Бизнес в косметологии. Массаж

- 2.1. Открываем кабинет эстетической косметологии с нуля. Часть 1
- 2.2. Открываем кабинет эстетической косметологии с нуля. Часть 2
- 2.3. Маркетинг и учет

6. Оценочные и методические материалы

Оценочные типовые задания

1. Зачем ходить в салоны конкурентов?
 - А. Выделиться и обратить внимание на свой бизнес
 - Б. Выделить их УТП, забрать себе фишки и выявить недостатки**
 - В. Познакомиться с владельцем
 - Г. Оценить проходимость
2. Что необходимо сделать перед открытием бизнеса?
 - А. Провести анализ цен в вашем городе
 - Б. Провести анализ целевой аудитории и конкурентов**
 - В. Провести анализ стоимости расходных материалов
 - Г. Найти администратора
3. Что такое лид-магнит?
 - А. Это доступный по цене продукт, который привлекает внимание потенциального покупателя
 - Б. Та услуга, которая пользуется максимальным спросом и несет больше всего прибыли
 - В. Дополнительные товары или услуги, которые вы можете предложить в дополнение к покупке основного продукта
 - Г. Бесплатный, полезный и быстрый контент или продукт, который вы обмениваете на контакт клиента или открытый диалог**

Методические материалы (Инструкция по работе с СДО) размещены на сайте Академии:
<https://namobr.com/info/obrazovanie/>