



**МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ
НУТРИЦИОЛОГОВ И ДИЕТОЛОГОВ**

**МЕТОДИКА ДИЕТОЛОГИЧЕСКОГО
СОПРОВОЖДЕНИЯ КЛИЕНТА**

ТИПА I и II

Москва 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	4
Питание как главный ограничивающий фактор.....	4
Глава I. Формирование понятийного аппарата нутрициолога.	6
Глава II. Классификация клиентов.	9
2.1. Таблица продуктов.	10
Глава III. Введение в науку жиросжигания.	17
3.1. Коррекция состава тела.....	17
3.2. Какой жир горит? Структура жиросжигания.	19
3.3. Определение состава тела.	26
3.4. Методические рекомендации по замерам КЖС.	29
Глава IV. Искусство постановки целей.	31
4.1 Цели результата.	31
4.2. Интерпретация целей результата.	32
4.3. Цели поведения.	34
Глава V. Искусство анкетирования	35
Глава VI. 3 Привычки питания	37
6.1 Привычка №1	37
6.2 Привычка №2.	39
6.3 Привычка №3.	41
Глава VII. Дневник питания для клиента типа I	42
7.1 Структура традиционного дневника питания.....	42
7.2 Методика анализа дневника питания для клиента типа I.....	42
7.3 Структура дневника питания для клиента типа I.	45
Глава VIII. Искусство постановки задания.	47
8.1 Анкета контроля приёмов пищи.	47
8.2 Символы анкеты контроля питания.....	50
8.3 Контроль двигательной активности.....	52
8.4 Структура дневника контроля.	53
8.5 Анкета контроля тренировок.....	56
Глава IX. Работа с фотодневниками.	57
9.1 Методика контроля с помощью мессенджеров.	57
9.2 Искусство общения в мессенджерах.	58
9.3 Эмотиконы в работе нутрициолога.....	61
Глава X. Методики построения метрик контроля.	62

10.1	Метрики контроля анкет питания. Фокус на один приём пищи.....	61
10.2	Методика работы с метрикой контроля.	65
10.3	Метрики контроля двигательной активности.	66
10.4	Метрики контроля анкет питания. Фокус на нескольких приёмах пищи.	67
10.5	Метрики анкеты тренировок.	72
Глава XI.	Структура работы с клиентом от А до Я.	77
11.1	Менеджмент кабинета нутрициологии.	77
11.2	Правила бесплатной консультации.....	78
11.3	Формирование цены услуг.....	79
11.4	Пакет документов для первой встречи.	79
11.5	Договор об оказании услуг.	80
11.6	Подготовка к первой платной встрече.....	80
11.7	Сведение данных трёх анкет в один лист.	81
11.8	Написание целей результата, поведения.	82
11.9	Правила проведения первой платной встречи.....	83
11.10	Анкета визуального контроля.	86
11.11	Электронные папки клиентов.....	87
11.12	Циклы работы с клиентом.	88
Глава XII.	Стратегемы маскировки задания.....	90
Глава XIII.	Ведение клиента типа II.....	92
12.1	Хронометраж.....	92
12.2	Пищевые индексы.....	93
12.3	О кашах.....	98
	Список сокращений.....	104
	Список литературы.....	105
Приложение №1	Разбор продуктов «Смерть таблицы».....	107
Приложение №2	«Форма договора об услуге»	112
Приложение №3	Рационы для клиента типа II с учетом GL-индекса.....	113
Приложение №4	Таблица SI-индекса продуктов.....	124
Приложение №5	Таблица FF-фактора продуктов.....	125

Структура методического пособия

Работа изложена на 134 страницах машинописного текста: состоит из введения, 13 глав, 5 приложений, библиографического указателя, включающего 27 зарубежных авторов. Работа иллюстрирована 17 таблицами и 91 рисунком.