

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«КУБАНСКИЙ ИНСТИТУТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ»
(АНПО «КУБАНСКИЙ ИПО»)**

ОТДЕЛЕНИЕ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ


РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

профессионального модуля
**ПМ.03 УЧАСТИЕ В КОММУНИКАЦИОННО-МАРКЕТИНГОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРИ ПОДБОРЕ И РЕАЛИЗАЦИИ
СРЕДСТВ КОРРЕКЦИИ ЗРЕНИЯ**
по специальности
31.02.04 МЕДИЦИНСКАЯ ОПТИКА
базовая подготовка

Краснодар, 2021


СОГЛАСОВАНО

Зам. директора по КОД и МР

 / Т.В. Першакова
28.05.2021 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор АНПОО «Кубанский ИПО»

 О.Л. Шутов
Приказ №53-О от 28.05.2021 г.



ОДОБРЕНО

Педагогическим советом

Протокол №6 от 28.05.2021 г.

РАССМОТРЕНО

на заседании УМО

«Медицинская оптика, естественнонаучные
дисциплины и ОБЖ»

Протокол №5 от 25.05.2021 г.

Председатель  / Е.А. Андреева

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 Участие в коммуникационно-маркетинговой деятельности при подборе и реализации средств коррекции зрения предназначена для реализации основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования по программе подготовки специалистов среднего звена. Разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 31.02.04 Медицинская оптика (Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2014 г. N 971, зарегистрированного Министерством Юстиции России 21 августа 2014 г. N 33746, регистрационный N 15425 входящей в состав укрупненной группы специальностей 31.00.00 Клиническая медицина

Организация - разработчик:

АНПОО «Кубанский ИПО»

Разработчики:

Журенко О.Е.

преподаватель АНПОО «Кубанский ИПО»

Рецензенты:

1 Федорченко М.В.

преподаватель АНПОО «КИПО»

Квалификация по диплому: врач-офтальмолог

2. Опарина А.Е., руководитель направления по диагностике.

Медицинская дирекция «3Z»

Квалификация по диплому: врач-офтальмолог

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2.	РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
3.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	26
5.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	29

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПМ.03УЧАСТИЕ В КОММУНИКАЦИОННО-МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРИ ПОДБОРЕ И РЕАЛИЗАЦИИ СРЕДСТВ КОРРЕКЦИИ ЗРЕНИЯ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее – программа) является частью основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования в соответствии с ФГОС СПО по специальности 31.02.04 Медицинская оптика (Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2014 г. N 971, зарегистрированного Министерством Юстиции России 21 августа 2014 г. N 33746, регистрационный N 15425 входящей в состав укрупненной группы специальностей 31.00.00 Клиническая медицина, в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВД): Участие в коммуникационно-маркетинговой деятельности при подборе и реализации средств коррекции зрения:

- ПК 3.1 Проводить консультации по вопросам современной оптической моды, формирования и коррекции визуального имиджа с помощью корригирующих и солнцезащитных очков.
- ПК 3.2. Участвовать в маркетинговой деятельности организации.
- ПК 3.3. Урегулировать и разрешать конфликтные ситуации в профессиональной деятельности.
- ПК 3.4. Организовывать и оценивать эффективность работы организаций по изготовлению средств коррекции зрения, составлять бизнес-план, знать основы логистики.

Вариативная часть профессионального модуля разработана с учетом требований Компетенции WS «Медицинская оптика и профессионального стандарта «Специалист по изготовлению медицинской оптики»

1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- участия в маркетинговой деятельности организации;
- проведение консультаций по вопросам современной оптической моды;

уметь:

- планировать маркетинг фирмы;
- использовать эффективные коммуникации в профессиональной деятельности;
- *проверять наличие оптических средств коррекции зрения и аксессуаров к ним по номенклатуре в накладной;*
- *собирать и хранить сопровождающие документы на оптические средства коррекции зрения и аксессуары к ним;*
- *размещать оптические средства коррекции зрения и аксессуары к ним на витринах в соответствии с принципами мерчандайзинга;*
- *распаковывать оптические средства коррекции зрения и аксессуары к ним и размещать упаковку для хранения;*
- *размещать оптические средства коррекции зрения и аксессуары к ним по номенклатуре в порядке, удобном для проведения инвентаризации;*
- *предлагать покупателю оптимальный вариант конструкции оправ и видов линз на основании данных рецепта;*
- *определять оптимальный вид линз по данным рецепта;*

- измерять антропологические параметры лица покупателя (пантоскопический угол, вертексноерасстояние, высота переносицы, ширина переносицы
- устанавливать конструктивные отношения с покупателем;
- выявлять или создавать потребности клиента;
- разрешать конфликтные ситуации;

знать:

- состояние рынка очковых линз, оправ, контактных линз;
- рынок потребителей, методики исследования поведения потребителей и спроса на товары и услуги;
- позиционирование товара, услуг и фирмы;
- правовые основы профессиональной деятельности;
- сравнительные характеристики очковых и контактных линз различных производителей;
- коллекции очковых оправ.
- основные торговые марки производителей медицинской оптики;
- направления развития рынка медицинской оптики (мода, технологии);
- номенклатурное обозначение каждой единицы оптических средств коррекции зрения и аксессуаров к ним;
- принципы мерчандайзинга;
- правила хранения сопровождающих документов на оптические средства коррекции зрения;
- правила проведения инвентаризации
- основы психологии общения;
- типы, характер личности;
- причины возникновения конфликтной ситуации

В рабочей программе профессионального модуля предусмотрено освоение следующих личностных результатов:

- ЛР 4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа»
- ЛР 6 Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях
- ЛР 7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.
- ЛР 9 Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях
- ЛР 13 Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности
- ЛР 14 Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности
- ЛР 15 Соблюдающий врачебную тайну, принципы медицинской этики в работе с пациентами, их законными представителями и коллегами
- ЛР 16 Соблюдающий программы государственных гарантий бесплатного оказания гражданам медицинской помощи, нормативные правовые акты в сфере охраны здоровья граждан, регулирующие медицинскую деятельность
- ЛР 17 Соблюдающий нормы медицинской этики, морали, права и профессионального общения
- ЛР-КК-1 Признающий ценность непрерывного образования, ориентирующийся в изменяющемся рынке труда, избегающий безработицы; управляющий собственным профессиональным развитием; рефлексивно оценивающий собственный жизненный опыт, критерии личной

- успешности.
- ЛР-КК-2 Экономически активный, предприимчивый, готовый к самозанятости
- ЛР- СОП-3 Адекватно оценивающий свои способности и возможности, ответственно относящийся к процессу обучения и его результатам

1.3 Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 763 часа, в том числе:

в форме практической подготовки – 544 часа

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 692 часа,

в том числе вариативной части – 160 часов

включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 472 часа;

в том числе вариативной части – 130 часов

самостоятельной работы обучающегося – 220 часов;

в том числе вариативной части – 30 часов

производственной практики – 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися следующими видами профессиональной деятельности, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Вид деятельности	Профессиональные компетенции
ВД 1: Участие в коммуникационно-маркетинговой деятельности при подборе и реализации средств коррекции зрения	ПК 3.1. Проводить консультации по вопросам современной оптической моды, формирования и коррекции визуального имиджа с помощью корригирующих и солнцезащитных очков.
	ПК 3.2. Участвовать в маркетинговой деятельности организации.
	ПК 3.3. Урегулировать и разрешать конфликтные ситуации в профессиональной деятельности.
	ПК 3.4. Организовывать и оценивать эффективность работы организаций по изготовлению средств коррекции зрения, составлять бизнес-план, знать основы логистики.

Код	Наименование результата обучения
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	В т.ч. в форме ПП	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Консультации	Практика	
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося			Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности)
				Всего, часов	в т.ч. практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ПК3.1-3.4 ОК1-ОК5 ОК8-ОК9	Раздел 1. Маркетинговая политика оптического салона	266	178	178	92	-	76	-	-	-	12
	Раздел 2. Организация коммуникации с потребителями средств коррекции зрения	242	146	146	74	-	72	-	-	-	24
	Раздел 3. Рынок средств коррекции зрения	256	148	148	76	-	72	-	-	-	36
	Производственная практика (по профилю специальности)	72	72	72	-	-	-	-	-	-	-
Всего:		764	544	692	230		220	-	-	-	72

Тематический план ПМ.03 Участие в коммуникационно-маркетинговой деятельности при подборе и реализации средств коррекции зрения

Наименование разделов и тем	Макс. учеб.нагрузка студ-та, (час)	Самост. работа студента (час)	Количество аудиторных часов		
			Всего	Теоретич. обучение	Практич. (семинарские) занятия
РАЗДЕЛ 1. МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА ОПТИЧЕСКОГО САЛОНА МДК 03.01. Маркетинг оптического салона	254	76	178	92	84
Тема 1.1. Позиционирование оптической организации	100	34	66	36	30
Тема 1.2.Исследование внутренней стороны маркетинговой деятельности оптической организации	82	22	60	30	30
Тема 1.3.Исследование внешней стороны маркетинговой деятельности оптической организации	70	20	50	24	24
Дифференцированный зачет	2	-	2	2	-
РАЗДЕЛ 2. ОРГАНИЗАЦИЯ КОММУНИКАЦИЙ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ СРЕДСТВ КОРРЕКЦИИ ЗРЕНИЯ МДК 03.02. Коммуникации с потребителями средств коррекции зрения	218	72	146	74	72
Тема 2.1 Визит клиента в оптическую организацию. Акт продажи	146	44	102	54	48
Тема 2.2. Подбор очков с точки зрения антропологии и имиджелогии	70	28	42	18	24
Дифференцированный зачет	2	-	2	2	-
Раздел 3. Рынок средств коррекции зрения	220	72	148	76	72
Тема 3.1. Структура мировой и российской отрасли коррекции зрения	22	10	12	6	6
Тема 3.2. Рынок очковых линз, оправ и солнцезащитных очков	70	18	52	26	26
Тема 3.3 Рынок технологического и диагностического оборудования	54	20	34	18	16
Тема 3.4 Рынок контактных линз и средств по уходу за ними в мире и России	72	24	48	24	24
Дифференцированный зачет	2	-	2	2	-
Всего по ПМ	692	220	472	242	230

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

* - занятия в форме практической подготовки

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1 Маркетинговая политика оптического салона		254	
МДК 03.01. Маркетинг оптического салона			
Тема 1.1. Позиционирование оптической организации	Содержание	66*	
	1. Правовые основы профессиональной деятельности. Организационно-правовая форма оптического салона. Учредительские документы: устав организации, учредительный договор.	2	2
	2. Понятие позиционирования оптического салона. Позиционирование товара, услуги и фирмы. Значимость оптического салона для потребителей.	2	2
	3. Социальная роль оптического салона. Социально – ориентированный бизнес в сфере оптики	2	2
	4. Понятие геомаркетинга и геомаркетингового анализа. <i>Методы геомаркетинга. Основные торговые марки производителей медицинской оптики</i>	2	2
	5. Геомаркетинговая политика оптического салона. <i>Анализ направлений геомаркетинговой политики</i>	2	2
	6. Определение торговой области деятельности оптического салона. <i>Направления развития рынка медицинской оптики</i>	2	2
	7. Выбор местоположения оптического салона. Оценка конкурентов на рынке.	2	2
	8. Бизнес-план. <i>Понятие бизнес-плана и его этапы.</i>	2	2
	9. Разработка бизнес-плана оптического салона. <i>Разработка бизнес-плана с соблюдением этапности</i>	2	2
	10. Потребности клиентов оптического салона. <i>Иерархия потребностей человека</i>	2	2
11. Портрет целевой аудитории. <i>Основные потребности и ожидания клиентов разных возрастных и социальных групп.</i>	2	2	

12.	Формирование ассортимента товаров. <i>Принципы формирования ассортимента товаров оптического салона.</i>	2	2
13.	Понятие конкуренции. Преимущества и недостатки на рынке оптики. Виды конкуренции	2	2
14.	Оценка конкурентов на рынке оптики. Понятие конкуренции, виды и методы.	2	2
15.	Роль имиджа оптической организации при определении ее конкурентноспособности.	2	2
16.	Позиционирование. <i>Понятие позиционирования. Позиционирование оптического салона и его продукции</i>	2	2
17.	Принцип формирования конкурентоспособного предложения Составляющие конкурентоспособности: сущность, индикаторы, факторы конкурентоспособности товара.	2	2
18.	Формирование конкурентоспособного предложения оптического салона на основе ассортимента и имиджа оптики	2	2
Практические занятия по отработке умения <i>- планировать маркетинг фирмы</i> <i>- предлагать покупателю оптимальный вариант конструкции оправ и видов линз на основании данных рецепта</i> <i>- собирать и хранить сопровождающие документы на оптические средства коррекции зрения и аксессуары к ним;</i>		30	
1.	<i>Составление учредительных документов по типовым формам.</i>	2	
2.	Анализ методов позиционирования товаров. Построение карты позиционирования	2	
3.	Определение миссии оптического салона на основании 4 признаков: целевой группы, основных запросов клиентов, отличия от конкурентов, выбранной ниши.	2	
4.	Анализ геомаркетинговых данных. Анализ B2B услуг для салонов оптики	2	
5.	Составление количества покупателей и их покупательской способности на основании геомаркетинговых данных оптического салона.	2	
6.	Определение конкурентов по территориальному признаку и их влияние.	2	
7.	Определение этапов бизнес-плана для салона оптики.	2	
8.	Разработка бизнес-плана для салона оптики.	2	
9.	<i>Составление анкеты для изучения потребительских предпочтений</i>	2	

	10.	<i>Определение потребности клиента целевой группы оптического салона.</i>	2	
	11.	<i>Решение ситуационных задач по ассортименту товара.</i>	2	
	12.	<i>Формирование конкурентоспособного предложения на оптическом рынке с учётом информации о конкурентах в торговой области оптического салона.</i>	2	
	13.	<i>Определение основных конкурентов.</i>	2	
	14.	<i>Оценка имиджа крупных салонов оптики (сети оптик)</i>	2	
	15.	<i>Формирование конкурентоспособного предложения на оптическом рынке с учётом информации о конкурентах.</i>	2	
Тема 1.2. Исследование внутренней стороны маркетинговой деятельности оптической организации	Содержание		60*	
	19.	Мерчендайзинг <i>Понятие. Основные правила и принципы мерчендайзинга. Номенклатурное обозначение каждой единицы оптических средств коррекции зрения и аксессуаров к ним.</i>	2	2
	20.	Инвентаризация. <i>Понятие и виды. Правила проведения инвентаризации. Порядок проведения инвентаризации</i>	2	2
	21.	Сопроводительная документация на оптические средства коррекции зрения. <i>Правила хранения сопровождающих документов на оптические средства коррекции зрения.</i>	2	2
	22.	Формат оптического магазина. Алгоритм первоначального разделения магазинов на форматы.	2	2
	23.	Определение цены и ценности товаров и услуг.	2	2
	24.	Различные ценовые стратегии оптической организации.	2	2
	25.	Спрос и предложение. Понятие и значение спроса и предложения	2	2
	26.	Ассортимент оптического салона. <i>Понятие глубины и ширины ассортимента. Товарных группы.</i>	2	2
	27.	Ценовые стратегии оптического салона. Факторы влияющие на политику цен оптического салона.	2	2
	28.	Логистика склада. <i>Функции склада, классификация складов в логистике. Аутсорсинг в складской логистике.</i>	2	2
	29.	Поиск и интервьюирование специалистов. Места поиска специалистов. Способы проведения интервью.	2	2

30.	Найм специалистов. Трудовой договор. Виды трудовых договоров.	2	2
31.	Управление персоналом организации. Цели и принципы управления персоналом.	2	2
32.	Мотивация персонала. Система мотивации и обучения персонала в оптической организации	2	2
33.	Управление персоналом организации. Современные стратегии, технологии и методы Современные подходы к управлению персоналом.	2	2
Практические занятия по отработке умения - планировать маркетинг фирмы - размещать оптические средства коррекции зрения и аксессуары к ним на витринах в соответствии с принципами мерчендайзинг; - размещать оптические средства коррекции зрения и аксессуары к ним по номенклатуре в порядке, удобном для проведения инвентаризации; - распаковывать оптические средства коррекции зрения и аксессуары к ним и размещать упаковку для хранения - проверять наличие оптических средств коррекции зрения и аксессуаров к ним по номенклатуре в накладной		30	
16.	<i>Оформление тематической витрины острова в торговом центре или небольшого магазина</i>	2	
17.	<i>Оформление тематической витрины классического варианта торговли оптикой</i>	2	
18.	<i>Оформление тематической витрины полноценного салона оптики</i>	2	
19.	Решение ситуационных задач.	2	
20.	<i>Составление инвентаризационной описи.</i>	2	
21.	<i>Оформление недостачи или излишка после проведения инвентаризации</i>	2	
22.	Расчет стоимость единицы товара для реализации.	2	
23.	Разработка ценовой стратегии оптики.	2	
24.	<i>Решение ситуационных задач по основным принципам формирования ассортимента и складских запасов</i>	2	
25.	<i>Расчет единиц товара, необходимого к реализации, для сохранения прибыли на прежнем уровне.</i>	2	

	26.	<i>Составление объявления для поиска персонала</i>		
	27.	Составление анкет по образцу с целью определения соответствия кандидата на вакантную должность.		
	28.	Отработка разных способов интервьюирования кандидатов с целью выбора на вакантную должность.		
	29.	Составление бессрочного трудового договора с сотрудником		
	30.	Составление срочного трудового договора с сотрудником		
Тема 1.3. Исследование внешней стороны маркетинговой деятельности оптической организации	Содержание		48*	
	34.	Понятие рекламы, ее функции и виды. <i>Направления развития рынка медицинской оптики (мода, технологии)</i>	2	2
	35.	Реклама в средствах массовой информации. <i>Виды средств массовой информации и связи с общественностью. Реклама на радио, телевидении, в сети Интернет.</i>	2	2
	36.	Реклама в средствах массовой информации. Реклама в периодических печатных изданиях: газетах, журналах.	2	2
	37.	Рекламные средства в оптическом салоне. Виды рекламных материалов. Принципы размещения рекламы в оптическом салоне.	2	2
	38.	Предоставление различных групп товаров (линз, оправ, контактных линз) в качестве рекламных материалах.	2	2
	39.	Прямой маркетинг оптического салона. Особенности прямого маркетинга оптического салона.	2	2
	40.	Рекламные акции и мероприятия по продвижению товаров в оптическом салоне. Виды рекламных мероприятий	2	2
	41.	Планирование рекламных акций. Мероприятия по продвижению товаров: конкурсы, лотереи и пр.	2	2
	42.	Логотип компании. Слоган. Понятие, функции, виды. Понятие и виды слоганов. Принципы создания	2	2
	43.	Информационные базы данных. Значение и использование информационных баз данных.	2	2
	44.	База данных CRM и Битрикс24. Основные сходства и различия	2	2
	Практические занятия по отработке умения <i>- использовать эффективные коммуникации в профессиональной деятельности</i>		26	

	- определять оптимальный вид линз по данным рецепта; - измерять антропологические параметры лица покупателя (пантоскопический угол, вертексноерасстояние, высота переносицы, ширина переносицы)		
31.	Подбор отраслевых порталов и досок объявлений для размещения информации о салоне	2	
32.	Составление текста рекламы для печатных изданий	2	
33.	Составление текста рекламы для трансляции на радио	2	
34.	Составление рекламы для проведения промоакций в оптическом салоне	2	
35.	Составление писем для прямой интернет-рассылки с приглашением в оптический салон.	2	
36.	Составление сценариев рекламных акций с целью узнаваемости салона оптики.	2	
37.	Составление сценариев рекламных акций с целью продвижения продукции фирмы	2	
38.	Определение эффективности рекламы по заданным параметрам.	2	
39.	Разработка логотипа компании	2	
40.	Составление слогана для салона оптики	2	
41.	Выявление схожих и отличительных черт у слогана и логотипа	2	
42.	Анализ сравнительных характеристик CRM и Битрикс24.	2	
43.	Разбивка данных о клиенте оптики с целью занесения его в базу данных.	2	
Дифференцированный зачет		2	
Самостоятельная работа		76	
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы			
Оценка имиджа оптического салона на рынке товаров и услуг.			
Сравнительная оценка основных запросов клиентов оптических салонов.			
Рефераты на темы: «Преимущества оптической организации на рынке товаров и услуг, основанные на её имидже», «Перспектива развития оптического рынка», «Поддержание и развитие имиджа оптической организации»			
Сравнительная характеристика аналогичных тематических витрин оптической организации.			
Реферат на тему: «Сравнительный анализ товарных групп ассортимента оптической организации».			
Сравнительная оценка оптических салонов торговой области с точки зрения рекламных материалов в месте продажи.			
Составление рекламного текста для радиовещания с целью продвижения оптических товаров организации У.			
Рефераты на темы: «Общие принципы построения общения с потребителями средств коррекции зрения», «Способы урегулирования конфликтной ситуации», «Технологии продаж оптической продукции», «Эффективные презентации»			

оптической продукции» Изучение оптической литературы и других информационных источников по теме раздела.			
Производственная практика Практический опыт: 1. Участия в маркетинговой деятельности организации; Виды работ: 2. Знакомство с базой практики 3. Выяснение потребностей клиента		12*	
Раздел 2. Организация коммуникации с потребителями средств коррекции зрения МДК 03.02. Коммуникации с потребителями средств коррекции зрения		166	
Тема 2.1. Визит клиента в оптическую организацию. Акт продажи	Содержание	102*	
	1. Основные принципы общения с клиентом во время его посещения оптического салона. <i>Методики исследования поведения потребителей и спроса на товары и услуги. Позиционирование товара, услуг и фирмы</i>	2	2
	2. Определение психологического типа покупателя. <i>Основы психологии общения. Психологические типы личности (Э.Кречмер, В. Пономаренко). Психологические типы личности в продажах.</i>	2	2
	3. Установление контакта. <i>Процесс установления контакта. Невербальные и вербальные факторы в процессе установления контакта. Техника установления контакта с покупателем.</i>	2	2
	4. Выявление потребностей. <i>Виды потребностей покупателя. Этапы выявления потребностей. Методы выявления потребностей. Вопросы для выявления потребностей.</i>	2	2
	5. Презентация товара. <i>Виды презентации товара. Способы поведения презентации.</i>	2	2
	6. Консультирование клиента. <i>Процедура консультации.</i>	2	2
	7. Взаимодействие в процессе продаж. <i>Порядок взаимодействия с клиентом.</i>	2	2
	8. Перевод свойств товара в выгоды. <i>Свойства товара. Преимущества и недостатки.</i>	2	2
9. Техника «свойства-выгода». <i>Перевод свойств товара в выгоды. Свойства товара. Преимущества и недостатки.</i>	2	2	

10.	Методики исследования поведения потребителей и спроса на товары и услуги. <i>Рынок потребителей. Выяснение потребностей клиента, объявление и обоснование цены.</i>	2	2
11.	Этапы акта продажи Выяснение потребностей клиента, объявление и обоснование цены, составление сметы, выдача заказа. Завершение сделки, составление сметы, выдача заказа	2	2
12.	Комплексные и дополнительные продажи. Понятие комплексной и дополнительной продажи. Виды комплексных продаж. Формирование комплексной продажи. Стимулирование комплексной продажи. Подготовка к дополнительной продаже.	2	2
13.	Роль аргументации в процессе выбора средств коррекции зрения. Понятие аргументации. Роль аргументации в процессе акта продаж.	2	2
14.	Владение аргументацией при выборе средств коррекции зрения. Техники и методы аргументации при выборе средств коррекции зрения.	2	2
15.	Работа с возражениями. <i>Методики исследования поведения потребителей и спроса на товары и услуги. Понятие возражения. Определение типа возражения</i>	2	2
16.	Правила работы с возражениями.. <i>Типы, характер личности.</i> Работа с возражениями. Ложное и истинное возражение.	2	2
17.	Типология конфликтов. Причины конфликтов. <i>Понятие конфликта. Типы конфликтов. Причины возникновения конфликтных ситуаций. Межличностный конфликт. Конфликт между личностью и группой. Основные причины конфликтов в профессиональной деятельности. Возникновение непреднамеренного конфликта.</i>	2	2
18.	Виды конфликтных ситуаций. <i>Виды конфликтных ситуаций на различных этапах продаж.</i>	2	2
19.	Способы управления конфликтными ситуациями. <i>Завершение конфликта. Конфронтация. Компромисс.</i>	2	2
20.	Конфликтные личности. <i>Конфликтная личность демонстрационного, ригидного типа.</i>	2	2
21.	Преодоление конфликтов. <i>Поведение в конфликте. Межличностные способы разрешения межличностных конфликтов</i>	2	2
22.	Оформление заказа на очки. <i>Процедура оформления заказа на очки. Взаимодействие с клиентом в процессе оформления</i>	2	2

	заказа на очки. Документы при выдаче заказа. Порядок выдачи заказа покупателю. Выдача заказа покупателю. Взаимодействие с клиентом в процессе выдачи заказа покупателю.		
23.	Документы при выдаче заказа. Выдача заказа покупателю. Порядок выдачи заказа покупателю. Взаимодействие с клиентом в процессе выдачи заказа покупателю.	2	2
24.	Виды общения. Межличностное, деловое, информационно-коммуникативное общение.	2	2
25.	Деловое общение в профессиональной деятельности. Основы и особенности делового общения в профессиональной деятельности.	2	2
26.	Вербальное и невербальное общение. Особенности вербального и невербального общения в профессиональной деятельности. Вербальное и невербальное общение на различных этапах продаж.	2	2
27.	Психологические закономерности аргументации при ведении деловой беседы. Психологические закономерности аргументации. Методы проведения аргументации при ведении деловой беседы.	2	2
	Практические занятия по отработке умения - использовать эффективные коммуникации в профессиональной деятельности - устанавливать конструктивные отношения с покупателем; - разрешать конфликтные ситуации - выявлять или создавать потребности клиента	48	
1.	<i>Определение психологического типа покупателей (горячий/холодный покупатель)</i>	2	
2.	<i>Определение психологического типа покупателей</i>		
3.	<i>Определение психологического типа покупателей (по В.Пономаренко).</i>	2	
4.	<i>Выявление потребностей покупателя.</i>	2	
5.	<i>Отработка вопросов для выявления потребностей покупателя.</i>	2	
6.	<i>Отработка техники выявления потребностей покупателя.</i>	2	
7.	<i>Перевод свойств оправ в выгоды для покупателя.</i>	2	
8.	<i>Перевод свойств линз и оправ в выгоды для покупателя.</i>	2	
9.	<i>Отработка техники «свойства-выгода»</i>	2	
10.	<i>Презентация оправ и линз.</i>	2	

	11.	Презентация оправ и линз с помощью визиосистемы.	2	
	12.	Презентация оправ и линз с помощью визиосистемы и без нее.	2	
	13.	<i>Отработка методов и схем аргументации при выборе товара</i>	2	
	14.	Отработка этапов продаж	2	
	15.	Отработка возражение клиента - дорого	2	
	16.	Отработка возражения клиента - я подумаю	2	
	17.	<i>Отработка возражения клиента - у вас долго выполняется заказ; - не знаю, еще не решила</i>	2	
	18.	<i>Отработка навыков делового общения в профессиональной деятельности.</i>	2	
	19.	<i>Отработка вербальных и невербальных средств коммуникации</i>	2	
	20.	<i>Составление таблицы «Виды общения»</i>	2	
	21.	Отработка коммуникативного упражнения «Навыки продуктивного общения».	2	
	22.	<i>Отработка коммуникативного упражнения «Аргументы»</i>	2	
	23.	<i>Отработка коммуникативного упражнения «Убеди меня»</i>	2	
	24.	<i>Отработка упражнения «Вербальная и невербальная коммуникация»</i>	2	
Тема 2.2.	Содержание		42*	
Подбор очков с точки зрения антропологии и имиджологии	28.	Подбор оправ и солнцезащитных очков с точки зрения морфологических особенностей лица. Сравнительные характеристики очковых и контактных линз различных производителей. Морфологические особенности лица у разных возрастных групп.	2	2
	29.	Подбор оправ и солнцезащитных очков для детей, подростков. Подбор оправ и солнцезащитных очков для детей, подростков.	2	2
	30.	Подбор оправ и солнцезащитных очков для взрослых и пожилых граждан. Подбор оправ и солнцезащитных очков для взрослых и пожилых граждан.	2	2
	31.	Подбор оправ и солнцезащитных очков для разных социальных групп и профессий. Подбор оправ и солнцезащитных очков для спортсменов, воспитателей, преподавателей. Подбор оправ и солнцезащитных очков для системного администратора, преподавателя, директора предприятия	2	2

32.	Социальная перцепция. Понятие социальной перцепции и восприятия. Структура и виды социальной перцепции. Роль социальной перцепции в процессе выбора товара.	2	2
33.	Понятие имиджологии. Формирование понятия «имидж» и имиджологии как области научного знания.	2	2
34.	Историческая роль очков в создании имиджа. Роль очков в формировании имиджа политиков, исторических личностей, в искусстве.	2	2
35.	Современная роль очков в создании социального и психологического имиджа с точки зрения модных тенденций. Очки в современных модных тенденциях.	2	2
36.	Составление индивидуального и профессионального имиджа. Основные составляющие индивидуального имиджа человека.	2	2
Практические занятия по отработке умений - использовать эффективные коммуникации в профессиональной деятельности		24	
25.	Подбор оправы и/или солнцезащитных очков с учётом типа, формы и особенностей строения лица.	2	
26.	Подбор оправы и/или солнцезащитных очков для водителя- дальнбойщика, спортсмена, системного администратора, преподавателя, офис-менеджера, директора предприятия	2	
27.	Подбор оправы и/или солнцезащитных очков для ребёнка дошкольного возраста и младшеклассника	2	
28.	Подбор оправы и/или солнцезащитных очков для старшеклассника, студента.	2	
29.	Подбор оправы и/или солнцезащитных очков для ребёнка, дошкольного возраста, старшеклассника, студента.	2	
30.	Подбор оправы и/или солнцезащитных очков для лица среднего возраста, пенсионера.	2	
31.	Подбор очков, корректирующих с точки зрения создания общего визуального имиджа (научный работник, бизнесмен)	2	
32.	Подбор очков, корректирующих с точки зрения создания общего визуального имиджа (дизайнер, швея и др.).	2	
33.	Подбор оправ и солнцезащитных очков с точки зрения создания общего визуального имиджа (художники др.).	2	
34.	Подбор оправ и солнцезащитных очков с точки зрения создания общего визуального имиджа (политический деятель и др.).	2	

	35.	Подбор оправ и солнцезащитных очков с точки зрения создания общего визуального имиджа (режиссер, актер и др.).		
	36.	Подбор оправ и солнцезащитных очков с точки зрения создания общего визуального имиджа (банковский работник).		
Дифференцированный зачет			2	
Самостоятельная работа при изучении Раздела 2			72	
<p>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</p> <p>Систематическая работа с учебной, профессиональной периодической литературой, конспектами лекций, справочными материалами, интернет-изданиями и др. источниками информации по ознакомлению с новинками офтальмодиагностических приборов при выполнении творческих работ и рефератов.</p> <p>Использование различных источников информации, справочных материалов, методических рекомендаций при оформлении.</p> <p>Составление докладов и ситуативных заданий.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Общие принципы построения общения с потребителями средств коррекции зрения. 2. Способы урегулирования конфликтной ситуации. 3. Технологии продаж оптической продукции 4. Модные тенденции предстоящего сезона мужских и женских солнцезащитных очков 5. Актуальные тенденции оптической моды 6. Роль очков в создании имиджа успешного человека. 7. История развития очковой моды. 8. История развития очков и контактных линз 				
<p>Производственная практика</p> <p>Практический опыт:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Участия в маркетинговой деятельности организации; <p>Виды работ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Овладение аргументацией при выборе средств коррекции зрения 2. Объявление и обоснование цены 3. Завершение акта продажи 4. Особенности выдачи заказа 5. Решение конфликтных ситуаций 			24*	
Раздел 3. Рынок средств коррекции зрения			192	
МДК.03.03. Современный рынок средств коррекции зрения				
Тема 3.1.	Содержание		12*	
Структура мировой и российской отрасли	1.	Развитие мировой отрасли оптической коррекции зрения. История развития мирового рынка средств коррекции зрения. Состояние рынка очковых	2	2

коррекции зрения		линз, оправ, контактных линз		
	2.	Рынок средств коррекции зрения. Тенденции развития оптического рынка, глобализация рынка.	2	2
	3.	Современная структура отрасли оптической коррекции зрения в мире. Структура отрасли оптической коррекции зрения России. Рынок аксессуаров к средствам коррекции зрения.	2	2
	Практические (лабораторные) занятия по отработке умения - планировать маркетинг фирмы		6	
	1.	Анализ развития рынка средств коррекции зрения.	2	
	2.	Анализ рынка средств коррекции зрения текущего года	2	
	3.	Анализ-сравнение характеристик ведущих поставщиков средств коррекции зрения	2	
Тема 3.2. Рынок очковых линз, оправ и солнцезащитных очков	Содержание		52*	
	4.	География мирового рынка оправ и солнцезащитных очков. Мировые производители оправ и солнцезащитных очков. Сравнительные характеристики очковых и контактных линз различных производителей.	2	2
	5.	Основные регионы и производители оправ и солнцезащитных очков. Тенденции рынка оправ и солнцезащитных очков. Коллекции очковых оправ	2	2
	6.	Оптический рынок и модная индустрия. Влияние моды и торговых марок на производство оправ и солнцезащитных очков.	2	2
	7.	Актуальные коллекции оправ и солнцезащитных очков. Модные солнцезащитные очки сезона 2020: форма оправы, цвет линз, бренды.	2	2
	8.	Особенности российского рынка оправ и солнцезащитных очков. Ведущие поставщики российского рынка оправ и солнцезащитных очков.	2	2
	9.	Структура и география рынка очковых линз. Рынок очковых линз. Стандарты потребления на рынке очковой оптики.	2	2
	10.	Основные производители и торговые марки очковых линз. Бренды в очковых линзах.	2	2
	11.	Этапы продажи корректирующих средств. Мотивы, аргументация и показ товара. Проведение демонстрации.	2	2
	12.	Особенности российского рынка очковых линз. Обзор российского рынка очковой оптики.	2	2
	13.	Ведущие поставщики российского рынка очковых линз. Основные поставщики российского рынка	2	2
	14.	Тенденция развития рынка технологий производства очковых линз в мире и России.	2	2

		Система дистрибуции очковой оптики.		
	15.	История развития российского рынка производства очковых линз. Ведущие поставщики российского и зарубежного рынка очковых линз.	2	2
	16.	История развития основных производителей очковых линз. Производители и торговые марки.	2	2
	Практические занятия по отработке умения - планировать маркетинг фирмы		26	
	4.	Сравнительный анализ характеристик очковых оправ предлагаемых оптическим предприятием	2	
	5.	Анализ структуры мирового рынка оправ и солнцезащитных очков	2	
	6.	Анализ-сравнение характеристик солнцезащитных очков разных производителей.	2	
	7.	Анализ-сравнение характеристик производителей очковой оптики.	2	
	8.	Составление анкеты-опросника для выявления предпочтений клиентов в производителях очковой оптике.		
	9.	Анализ перечня ведущих производителей очковых линз в России.	2	
	10.	Анализ структуры рынка очковых линз зарубежных производителей.	2	
	11.	Анализ российского рынка очковых линз.	2	
	12.	Анализ-сравнение очковых линз отечественных и зарубежных производителей.	2	
	13.	Анализ перечня ведущих поставщиков очковых линз в России.	2	
	14.	Анализ развития крупных производителей очковых линз.	2	
	15.	Анкетирование клиентов по вопросам ценовой политики очковых оправ и солнцезащитных очков.	2	
	16.	Анкетирование клиентов по вопросам ценовой политики очковых линз	2	
Тема 3.3 Рынок технологического и диагностического оборудования	Содержание		34*	
	17.	История развития рынка оптического оборудования.	2	2
	18.	Структура развития рынка оптического технологического оборудования. Типы оптического оборудования. Рынок технологического оборудования для оптических лабораторий	2	2
	19.	Основные технические возможности оптических передатчиков. Кроссовое оптическое оборудование.	2	2

	20.	Основные производители оптического технологического оборудования в России. Производители и поставщики оптического технологического оборудования в Россию.	2	2
	21.	Правовое регулирование деятельности в сфере обращения медицинской техники и оборудования. Правовое регулирование в сфере обращения медицинских изделий.	2	2
	22.	Нормативно-правовые аспекты осуществления государственного контроля обращения медицинских изделий. Перспективы внедрения системы мониторинга движения медицинских изделий.	2	2
	23.	История развития диагностического оборудования. Структура и тенденции развития рынка диагностического оптометрического оборудования.	2	2
	24.	Основные производители диагностического оптометрического оборудования. Специфика отечественного и мирового рынка производителей оптометрического оборудования. Рынок диагностического оборудования для кабинетов оптометрии.	2	2
	25.	Кабинет оптометриста. Требования, лицензирование, оборудование, ГОСТы. Оснащение кабинета оптометрии оптического предприятия на современном этапе.	2	2
	Практические (лабораторные) занятия по отработке умения - планировать маркетинг фирмы		16	
	17.	Анализ особенностей российского рынка оптического технологического оборудования	2	
	18.	Анализ основных поставщиков технологического оборудования на российском рынке.	2	
	19.	Анализ тенденций развития российского рынка технологического оборудования.	2	
	20.	Анализ структуры рынка производителей технологического оборудования.	2	
	21.	Анализ-сравнение характеристик зарубежных и российских поставщиков технологического оборудования	2	
	22.	Анализ особенностей российского рынка диагностического оптометрического оборудования	2	
	23.	Анализ отличительных черт российского рынка медицинских диагностических услуг.	2	
	24.	Анализ-сравнение характеристик российского и мирового рынка оптометрического оборудования	2	
Тема 3.4 Рынок	Содержание		48*	

контактных линз и средств по уходу за ними в мире и России	26.	История развития мирового рынка контактных линз.	2	2	
	27.	Ведущие мировые производители контактных линз и торговые марки Состояние рынка очковых линз, оправ, контактных линз	2	2	
	28.	История российского рынка производства контактных линз. Ведущие поставщики российского и зарубежного рынка контактных линз. Структура мировой и российской отрасли коррекции зрения. Рынок оправ и солнцезащитных очков.	2	2	
	29.	Классификация контактных линз, материалы, бренды. Развитие рынка контактных линз в США и Европе. Рынок контактных линз и средств по уходу за контактными линзами.	2	2	
	30.	Тенденции развития рынка контактных линз в России. Перспективы развития рынка контактных линз	2	2	
	31.	Особенности российского рынка контактных линз. Ведущие поставщики российского рынка. Основные регионы и производители контактных линз. Ассортимент контактных линз на российском фармацевтическом рынке.	2	2	
	32.	Ведущие поставщики российского рынка средств по уходу. Основные регионы и производители средств по уходу. Ассортимент средств по уходу на российском фармацевтическом рынке.	2	2	
	33.	Исследование рынка контактных линз. Структура рынка контактных линз и средств по уходу.	2	2	
	34.	Основные производители контактных линз и торговые марки контактных линз Ассортимент контактных линз на российском фармацевтическом рынке.	2	2	
	35.	Основные производители средств по уходу за контактными линзами.	2	2	
	36.	Особенности российского рынка средств по уходу за контактными линзами. Ведущие поставщики средств по уходу.	2	2	
	37.	География рынка контактных линз и средств по уходу. Характеристика рынка контактных линз.	2	2	
	Практические (лабораторные) занятия по отработке умения - планировать маркетинг фирмы			24	
	25.	Анализ мирового рынка контактных линз	2		
	26.	Анализ перспектив развития российского рынка контактных линз	2		
	27.	Анализ мировых производителей контактных линз.	2		
	28.	Анализ производителей контактных линз на российском рынке.	2		

	29.	Анализ характеристик торговых марок контактных линз	2	
	30.	Составление анкеты – опросника по выявлению предпочтений клиентов по срокам ношения контактных линз.	2	
	31.	Анализ - сравнение основных характеристик гидрогелевых контактных линз	2	
	32.	Анализ - сравнение основных характеристик силикон-гидрогелевых контактных линз	2	
	33.	Анализ - сравнение характеристик очищающих средств для мягких и жёстких газопроницаемых контактных линз разных производителей	2	
	34.	Анализ преимуществ и недостатков контактных линз разных сроков ношения	2	
	35.	Составление анкеты с целью выяснения спроса у потребителя.	2	
	36.	Составление сравнительной характеристики торговых марок контактных линз.	2	
Дифференцированный зачет			2	
Самостоятельная работа при изучении Раздела 3			72	
Подготовка презентаций и докладов по темам: 1. Развитие и особенности производства оправ в Италии, 2. Развитие и особенности производства оправ во Франции, 3. Развитие и особенности производства оправ в Германии, 4. Сравнительный анализ производства оправ в юго-восточной Азии, 5. Исторический анализ развития моды и её влияние на оптическую индустрию, 6. Влияние производства новых оптических материалов на мировой рынок очковых линз, 7. Рынок мини-лабораторий очковых линз в России, 8. Информационные технологии в производстве очковых линз, 9. Сравнительный анализ рынков контактных линз различных стран Европы и Америки.				
Производственная практика Производственная практика Практический опыт: 1. Проведение консультаций по вопросам оптической моды Виды работ: 1. Подбор оправ реальным клиентам оптического салона с учетом антропометрических параметров головы клиента, медицинских показаний, возраста и вида деятельности 2. Подбор оправ и рекомендация линз реальным клиентам оптического салона различных социальных групп с точки зрения создания общего визуального имиджа			36*	
ВСЕГО			764	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация профессионального модуля предполагает наличие кабинета:
«Маркетинг оптического салона»

Оборудование кабинета

Парты ученические

Стол преподавателя

Доска

Шкаф книжный

Ноутбук

Экран

Сплит-система

Проектор знаков

Таблицы для определения остроты зрения для дали и для близи

Авторефрактометр

Таблицы и приборы для определения запаса относительной аккомодации

Аппарат ультразвуковой диагностический для пахиметр

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

МДК.03.01

Основные источники:

1. Мягков, А.В. Руководство по медицинской оптике. Часть 1. Основы оптометрии. / А.В. Мягков, Н.П. Парфенова, Е.И. Демина. – М. : Апрель, 2016. – 205 с. : ил. – Гл. 4. Организация работы кабинета коррекции зрения.

2. Подбор очков: практические аспекты / сост. В.А. Давыдов ; пер. с англ. Т.А. Полуниной [и др.]. – СПб. : ООО «РА «Веко», 2015. – 252 с. – Э. Кейрл, Р. Пейн. Развитие оптического салона, маркетинг и общение.

3. Барышев, А.Ф. Маркетинг : учебник для студ. учрежд. СПО / А.Ф. Барышев. – 12-е изд., стер. – М. : Академия, 2016. – 224 с.

Электронные образовательные ресурсы:

4. Михалева, Е. П. Маркетинг : учебное пособие для СПО / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 213 с. — (Серия : Профессиональное образование) - URL : [//www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)

5. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования : учебник и практикум для СПО / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 315 с. — (Серия : Профессиональное образование). - URL : [//www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)

6. Маркетинг : учеб.пособие / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк. — М. :КноРус, 2016. — 189 с. — Для ссузов. - URL : <http://www.book.ru/>

7. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова [и др.] ; под общ.ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 367 с. — (Серия : Профессиональное образование). - URL : [//www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)

8. Маркетинг : учебник и практикум для СПО / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под ред. Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 370 с. — (Серия : Профессиональное образование). - URL : [//www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)

МДК.03.02

Основные источники:

1. Мягков, А.В. Руководство по медицинской оптике. Часть 1. Основы оптометрии. / А.В. Мягков, Н.П. Парфенова, Е.И. Демина. – М. : Апрель, 2016. – 205 с. : ил. – Гл. 4. Организация работы кабинета коррекции зрения.

2. Подбор очков: практические аспекты / сост. В.А. Давыдов ; пер. с англ. Т.А. Полуниной [и др.]. – СПб. : ООО «РА «Веко», 2015. – 252 с. – Е. Хьюз Эффективные навыки коммуникации при подборе очковых линз

Электронные образовательные ресурсы:

3. Болотова, А. К. Социальные коммуникации. Психология общения : учебник и практикум для СПО / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 327 с. — (Серия : Профессиональное образование). — URL : [//www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)

4. Михалева, Е. П. Маркетинг : учебное пособие для СПО / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 213 с. — (Серия : Профессиональное образование) - URL : [//www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)

МДК.03.03

Основные источники:

1. Очковая и контактная коррекция зрения // Вестник оптометрии, 2017. – Серия: Оптика для профессионалов.

2. Справочник медицинского оптика. Часть 1 : Основы физической оптики. Физиология зрения. Контактная коррекция. Очковые линзы / Т. Кушель, Д. Певко ; авт.-сост. Е. Тибилов ; под ред. В. Бахтина. – М. :Каро, 2016. – 190 с.

3. Подбор очков: практические аспекты / сост. В.А. Давыдов ; пер. с англ. Т.А. Полуниной [и др.]. – СПб. : ООО «РА «Веко», 2015. – 252 с.

4. Свердлик, А.Я. Оптометрия для начинающих оптометристов : учеб.пособие / А.Я. Свердлик. – Н. Новгород, 2017. – 372 с. : ил.

Электронные образовательные ресурсы:

5. Маркетинг: учебник и практикум для СПО / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под ред. Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 370 с. — (Серия : Профессиональное образование). - URL : [//www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Весь образовательный процесс ориентирован на формирование профессиональных и общих компетенций, освоение которых является результатом обучения. Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля является освоение междисциплинарных комплексов для получения первичных профессиональных навыков в рамках профессионального модуля

Важное место в освоении данного курса отводится самостоятельной работе студентов, в ходе которой они не только уясняют положения лекционного курса, но и расширяют свои знания путем изучения рекомендованных нормативных, учебных и научных источников, приобретают навыки самостоятельного анализа конкретных ситуаций, взятых из правоприменительной практики.

Занятия проводятся в учебных аудиториях, оснащенных необходимым учебным, методическим, информационным, программным обеспечением. В преподавании используются теоретические и практические занятия.

Производственная практика направлена на освоение студентами профессиональных компетенций, и проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы позволяет студентам на практике подготовиться к государственной (итоговой) аттестации, подтверждающей качество подготовки специалистов и степень освоения общих и профессиональных компетенций. По окончании производственной практики студенты сдают отчет о прохождении практики, в соответствии с темами и получают итоговую оценку.

Консультационная помощь студентам осуществляется в индивидуальной и групповой формах пропорционально количеству часов.

Программа профессионального модуля обеспечивается учебно-методической документацией по всем разделам программы. Реализация программы профессионального модуля обеспечивается доступом каждого студента к базам данных и библиотечным фондам, формируемым по перечню междисциплинарных курсов (МДК) и практик.

Завершается освоение программ профессионального модуля в целом – проведением квалификационного экзамена.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарным курсам: наличие высшего образования, соответствующего профилю модуля, прохождение обязательной стажировки в профильных учреждениях не реже одного раза в 3 года.

Требования к квалификации кадров, осуществляющих руководство практикой: преподаватель спец. дисциплин, наличие высшего образования, соответствующего профилю модуля, прохождение обязательной стажировки в профильных учреждениях не реже одного раза в 3 года.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения теоретических и практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p>ПК 3.1 Проводить консультации по вопросам современной оптической моды, формирования и коррекции визуального имиджа с помощью корректирующих и солнцезащитных очков.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – знать состояние рынка очковых линз, оправ, контактных линз – ориентироваться в основных торговых марках производителей медицинской оптики; – знать направления развития рынка медицинской оптики (мода, технологии) – давать сравнительные характеристики очковых и контактных линз различных производителей – ориентироваться в коллекциях очковых оправ – ориентироваться в рынке очковых линз – знать современный рынок оправ и солнцезащитных очков – ориентироваться на рынке контактных линз и средств по уходу за контактными линзами – измерять антропологические параметры лица покупателя (пантоскопический угол, вертексноерасстояние, высота переносицы, ширина переносицы) 	<p>Текущий, рубежный и итоговый контроль в форме: Защиты практических занятий; Зачеты по производственной практике и по каждому разделу профессионального модуля. Экзамен по профессиональному модулю Отчет и защита практических занятий № 1-50</p>
<p>ПК 3.2. Участвовать в маркетинговой деятельности организации.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – планировать маркетинг фирмы – ориентироваться в рынке потребителей, методиках исследования поведения потребителей и спроса на товары и услуги – позиционировать товара, услуг, фирмы – проводить сравнительный анализ характеристик контактных линз разных сроков ношения; очковых оправ, предлагаемых оптическим предприятием 	
<p>ПК 3.3. Урегулировать и разрешать конфликтные ситуации в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – устанавливать конструктивные отношения с покупателем – применять методики исследования поведения потребителей – использовать эффективные коммуникации в профессиональной деятельности – ориентироваться в правовых основах профессиональной деятельности 	

	<ul style="list-style-type: none"> – знать основы психологии общения – определять типы, характер личности – понимать и устранять причины возникновения конфликтных ситуаций 	
<p>ПК 3.4 Организовывать и оценивать эффективность работы организаций по изготовлению средств коррекции зрения, составлять бизнес-план, знать основы логистики.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – ориентироваться на рынке потребителей – понимать основные принципы мерчендайзинга – использовать номенклатурное обозначение каждой единицы оптических средств коррекции зрения и аксессуаров к ним – уметь правильно хранить сопровождающие документы на оптические средства коррекции зрения – применять правила проведения инвентаризации – знать оснащение кабинета оптометрии оптического предприятия на современном этапе – ориентироваться в структуре мировой и российской отрасли коррекции зрения – знать рынок технологического оборудования для оптических лабораторий – ориентироваться на рынке диагностического оборудования для кабинетов оптометрии 	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес</p>	<ul style="list-style-type: none"> - степень изучения и формат представления информации - сформированность образа специалиста - выявление познавательного отношения к профессии - проецирование жизненной биографии на профессиональную карьеру 	<p>Текущий и рубежный контроль в письменной и визуализированной форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обзор информации о специальности из различных источников - составление характеристики потребностей рынка труда (или работодателей) - анализ динамики спроса потребительского рынка - составление резюме
<p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество</p>	<ul style="list-style-type: none"> - обоснованность содержания этапов планирования - соответствие рабочего места установленным нормативам и требованиям - аргументированность выбора типовых методов и способов выполнения профессиональных задач 	<p>Текущий и рубежный контроль в письменной и визуализированной форме, в виде защиты практических занятий, учебной практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планирование собственной деятельности - моделирование аттестации рабочего места

	<ul style="list-style-type: none"> - соотносимость показателей результата с эталонами (стандартами, алгоритмами, требованиями или результатом) 	<ul style="list-style-type: none"> - выполнение профессиональных задач - экспертное наблюдение
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	<ul style="list-style-type: none"> - четкое понимание (формулирование) вероятных последствий принятого решения для себя и окружающих - обоснованность выбора вариантов решения, в том числе в ситуации, не изучавшейся в процессе обучения - готовность к достижению поставленных целей выбранным путем с учетом осознаваемых последствий 	<ul style="list-style-type: none"> Текущий и рубежный контроль в письменной и устной форме, в виде защиты практических занятий, учебной практики: - моделирование и выполнение профессиональных задач и проблемных ситуаций - деловая игра - экспертное наблюдение
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	<ul style="list-style-type: none"> - полнота охвата информационных источников, скорость нахождения и достоверность информации - обоснованность выбора информационных источников для определения способа достижения цели - достижение цели с минимальными ресурсозатратами и максимальным качеством - обновляемость и пополняемость знаний, влияющих на результаты учебной и производственной деятельности 	<ul style="list-style-type: none"> Текущий и периодический контроль в письменной и устной форме, в виде защиты практических занятий, учебной и производственной практики: - планирование поиска и использования информации - сравнительный анализ способов достижения цели - выполнение профессиональных задач - экспертное наблюдение
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> - обоснованность выбора ИКТ с учетом профессиональной специфики - самостоятельность и осознанность применения ИКТ в учебной и практической деятельности - уменьшение материальных затрат, количества времени, затраченного на достижение цели, и допущенных ошибок - повышение точности и безопасности выполнения профессиональных действий 	<ul style="list-style-type: none"> Текущий и рубежный контроль в визуализированной форме, в виде защиты практических занятий и учебной практики: - составление обзора возможностей информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) - тренинги - моделирование и выполнение профессиональных задач
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	<ul style="list-style-type: none"> - осознанность недостатка знаний - обоснованность выбора путей и способов достижения запланированного результата - адекватность самооценки - консультирование у наиболее компетентных коллег - направленность познавательных усилий в сторону запланированных достижений - соотносимость запланированного и достигнутого результатов 	<ul style="list-style-type: none"> Текущий и периодический контроль в письменной, устной и визуализированной форме, в виде защиты практических занятий, учебной и производственной практики: - моделирование и выполнение профессиональных задач и проблемных ситуаций - деловая игра

	- удовлетворенность результатами труда	- анализ индивидуального опыта - экспертное наблюдение
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	- сформированность знаний о запросах потребительского рынка - обоснованный выбор технологий для внедрения в производственный процесс - рациональность использования и привлечения ресурсов - инициативность и мобильность в профессиональном обучении (повышении квалификации, профессиональной переподготовке) - эффективность результатов внедрения технологий	Предварительный, текущий и промежуточный контроль в письменной, устной и визуализированной форме, в виде защиты практических работ, учебной и производственной практики: - составление обзора возможностей для профессионального и личностного роста - планирование профессионального и личностного развития в учебной и производственной деятельности - моделирование и выполнение профессиональных задач - составление и защита дневника (портфеля) достижений - составление и защита отчетов по учебной и производственной практике
Личностные результаты		
ЛР 4. Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа»	соблюдение этических норм общения при взаимодействии с обучающимися, преподавателями, мастерами и руководителями практики; демонстрация интереса к будущей профессии;	-педагогическое наблюдение, участие в дискуссиях, опрос, участие в мероприятиях различных уровней
ЛР 6. Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях	соблюдение этических норм общения при взаимодействии с обучающимися, преподавателями, мастерами и руководителями практики; демонстрация интереса к будущей профессии;	-педагогическое наблюдение, участие в дискуссиях, опрос, участие в мероприятиях различных уровней
ЛР 7. Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.	Ответственность за результат учебной деятельности и подготовки к профессиональной деятельности;	-педагогическое наблюдение, участие в дискуссиях, опрос, участие в мероприятиях различных уровней
ЛР 9. Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного	демонстрация навыков здорового образа жизни и высокий уровень культуры здоровья обучающихся;	-педагогическое наблюдение, участие в дискуссиях, опрос, участие в мероприятиях

образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях		различных уровней
ЛР 13. Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности	готовность к общению и взаимодействию с людьми самого разного статуса, этнической, религиозной принадлежности и в многообразных обстоятельствах;	-педагогическое наблюдение, участие в дискуссиях, опрос, участие в мероприятиях различных уровней
ЛР 14. Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности	участие в конкурсах профессионального мастерства и в командных проектах;	-педагогическое наблюдение, участие в дискуссиях, опрос, участие в мероприятиях различных уровней
ЛР 15. Соблюдающий врачебную тайну, принципы медицинской этики в работе с пациентами, их законными представителями и коллегами	проявление правовой активности и навыков правомерного поведения, уважения к Закону;	-педагогическое наблюдение, участие в дискуссиях, опрос, участие в мероприятиях различных уровней
ЛР 16. Соблюдающий программы государственных гарантий бесплатного оказания гражданам медицинской помощи, нормативные правовые акты в сфере охраны здоровья граждан, регулирующие медицинскую деятельность	участие в реализации просветительских программ, поисковых, археологических, военно-исторических, краеведческих отрядах и молодежных объединениях;	-педагогическое наблюдение, участие в дискуссиях, опрос, участие в мероприятиях различных уровней
ЛР 17. Соблюдающий нормы медицинской этики, морали, права и профессионального общения	демонстрация навыков здорового образа жизни и высокий уровень культуры здоровья обучающихся;	-педагогическое наблюдение, участие в дискуссиях, опрос, участие в мероприятиях различных уровней
ЛР-КК-1 Признающий ценность непрерывного образования, ориентирующий в изменяющемся рынке труда, избегающий безработицы; управляющий собственным профессиональным развитием; рефлексивно оценивающий собственный жизненный опыт, критерии личной успешности.	-положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов	-педагогическое наблюдение, участие в дискуссиях, опрос, участие в мероприятиях различных уровней

<p>ЛР-КК-2 Экономически активный, предприимчивый, готовый к самозанятости</p>	<p>проявление экономической и финансовой культуры, экономической грамотности, а также собственной адекватной позиции по отношению к социально-экономической действительности;</p>	<p>-педагогическое наблюдение, участие в дискуссиях, опрос, участие в мероприятиях различных уровней</p>
<p>ЛР-СОП-3. Адекватно оценивающий свои способности и возможности, ответственно относящийся к процессу обучения и его результатам</p>	<p>соблюдение норм и ценностей образовательной организации, участие в реализации воспитательных проектов АНПО «Кубанский институт профессионального образования»;</p>	<p>-педагогическое наблюдение, участие в дискуссиях, опрос, участие в мероприятиях различных уровней</p>