


МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий  
кафедрой оптики и  
спектроскопии

  
\_\_\_\_\_

подпись,

(Овчинников О.В.)  
расшифровка подписи

31.08.2021г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

**ПМ.3 Участие в коммуникационно-маркетинговой деятельности при подборе  
и реализации средств коррекции зрения**

Медицинская оптика

Технический

Оптик-

оптометрист

Очная

Учебный год: 2024/2025

Семестр(ы): 7, 8

Рекомендована: НМС физического факультета

протокол от 24.06.2021  
№ 6

Составители программы:

Балиашвили Дмитрий Ушангевич, начальник отдела внедрения  
медицинских программ и профессионального образования. ООО  
"Точка Зрения"

2021 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

	Стр
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	· 3
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	15
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	17

## **1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### Участие в коммуникационно-маркетинговой деятельности при подборе и реализации средств коррекции зрения

*название программы профессионального модуля*

Программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 31.02.04 Медицинская оптика, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2014 г. N 971 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 31.02.04 Медицинская оптика", входящей в укрупненную группу специальностей 31.00.00 КЛИНИЧЕСКАЯ МЕДИЦИНА.

#### **Область применения программы**

Программа профессионального модуля (далее программа ПМ) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО 31.02.04 МЕДИЦИНСКАЯ ОПТИКА, входящей в укрупненную группу специальностей 31.00.00 КЛИНИЧЕСКАЯ МЕДИЦИНА в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

#### **Участие в коммуникационно-маркетинговой деятельности при подборе и реализации средств коррекции зрения**

и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

#### **Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения 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;
- проведения консультаций по вопросам современной оптической моды.

##### **уметь:**

- планировать маркетинг фирмы;
- использовать эффективные коммуникации в профессиональной деятельности.

##### **знать:**

- состояние рынка очковых линз, оправ, контактных линз;

- рынок потребителей, методики исследования поведения потребителей и спроса на товары и услуги;
- правовые основы профессиональной деятельности;
- позиционирование товара, услуг и организации;
- сравнительные характеристики очковых и контактных линз различных производителей;
- коллекции очковых оправ.

**Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

всего – 608 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 500 часов, включая:

аудиторной учебной работы обучающегося – (обязательных учебных занятий)

336 часов;

внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы обучающегося – 164 часа; учебной и производственной практики – 108 часов.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности **Участие в коммуникационно-маркетинговой деятельности при подборе и реализации средств коррекции зрения**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код компетенции	Содержательная часть компетенции
ПК 3.1.	Проводить консультации по вопросам современной оптической моды, формирования и коррекции визуального имиджа с помощью корректирующих 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.
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.

Формой аттестации по профессиональному модулю является квалификационный экзамен. Итогом экзамена является однозначное решение: «вид профессиональной деятельности освоен / не освоен».

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### Тематический план профессионального модуля программы подготовки специалистов среднего звена

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля *	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Аудиторная учебная работа обучающегося (обязательные учебные занятия)			Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающегося,		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	В т.ч. лабораторные работы и 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
ПК 2, 4	Раздел 1. МДК 04.01. Маркетинг оптического салона	188	136	64	72	52	-	-	-
ПК 1-3.	Раздел 2. МДК 04.02. Коммуникация с потребителями средств коррекции зрения	218	152	56	96	66	-	-	-
ПК 1, 2, 4.	Раздел 3. МДК 04.03. Современный рынок средств коррекции зрения	94	48	28	20	46	-	-	-
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	108							108
	<b>Всего:</b>	<b>608</b>	<b>336</b>	14 8	17 8	<b>164</b>	-	-	<b>108</b>

\* Раздел профессионального модуля – часть программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отглагольного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.



**Содержание обучения по профессиональному модулю:  
ПМ.3 УЧАСТИЕ В КОММУНИКАЦИОННО-МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРИ ПОДБОРЕ И РЕАЛИЗАЦИИ СРЕДСТВ  
КОРРЕКЦИИ ЗРЕНИЯ**

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Позиционирование оптической организации		48	
МДК.3.1 Маркетинг оптического салона			
Тема 1.1. Миссия оптической организации	<p>Содержание учебного материала:</p> <p>1   Значимость оптического салона для потребителя. Социальная роль оптического салона.</p> <p>Практическое занятие</p> <p>1. Определение миссии оптического салона на основании 4 признаков: целевой группы, основных запросов клиентов, отличия от конкурентов, выбранной ниши</p>	7	2
Тема 1.2. Геомаркетинговая политика оптического салона	<p>Содержание учебного материала:</p> <p>1   Определение торговой области деятельности оптического салона. Выбор местоположения оптического салона. Анализ направлений геомаркетинговой политики.</p> <p>Практическое занятие</p> <p>1. Определение количества покупателей и их покупательской способности на основании геомаркетинговых данных</p>	7	2
Тема 1.3. Потребности клиентов оптического	<p>Содержание учебного материала:</p> <p>1   Иерархия потребностей человека. Основные потребности и ожидания клиентов разных возрастных и социальных групп.</p> <p>Практическое занятие</p>	7	2

<b>салона</b>	1.Определение потребности клиента целевой группы данного оптического салона.	5	
<b>Тема 1.4.</b>	Содержание учебного материала:	7	2

<b>Формирование конкурентоспособного предложения</b>	1	Оценка конкурентов на рынке оптики. Роль имиджа оптической организации при определении ее конкурентоспособности. Принципы формирования конкурентоспособного предложения.		
	Практическое занятие			
		1. Формирование конкурентоспособного предложения на оптическом рынке с учетом информации о конкурентах в торговой области оптического салона	5	
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела</b> Оценка имиджа оптической организации на рынке товаров и услуг. Сравнительная оценка основных запросов клиентов оптических салонов. <b>Примерные темы рефератов</b> 1. Преимущества оптической организации на рынке товаров и услуг, основанные на ее имидже. 2. Перспектива развития оптического рынка. 3. Поддержание и развитие имиджа оптической организации.			46	
<b>Раздел 2. Структурирование индивидуальной работы с клиентом оптической организации</b>			<b>136</b>	
<b>МДК.3.2 Коммуникация с потребителем средств коррекции зрения</b>				
<b>Тема 2.1. Визит клиента в оптическую организацию</b>	Содержание учебного материала		32	2
	1.	Основные принципы общения с клиентом во время его посещения оптического салона. Определение психологического типа покупателя. Презентация товара. Консультация клиента.		
	Практическое занятие		36	
	1.	Решение проблемно-ситуационных задач: Анализ ошибок при встрече клиента в оптическом магазине.		
<b>Тема 2.2. Акт продажи</b>	Содержание учебного материала			2
	1.	Этапы акта продажи (выяснение потребностей клиента, объявление и обоснование цены, составление сметы, выдача заказа). Комплексные и дополнительные продажи Владение аргументации при выборе средств коррекции зрения. Виды конфликтных ситуаций.	32	



	Практические занятия	36	3
1.	Решение проблемно-ситуационных задач: Урегулирование конфликтной ситуации с потребителем.		
2.	Деловая игра: Реализация этапов акта продажи контактных линз.		
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела</b> Оценка зависимости объемов продаж от психологической компетентности сотрудника оптической организации. <b>Примерные темы рефератов</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Общие принципы построения общения с потребителями средств коррекции зрения.</li> <li>2. Способы урегулирования конфликтной ситуации.</li> <li>3. Технологии продаж оптической продукции.</li> <li>4. Эффективные презентации оптической продукции.</li> </ol>		52	
<b>Производственная практика:</b> <b>«Коммуникация с потребителями средств коррекции зрения»</b> <b>Виды работ:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Изучение внешних проявлений психологических типов в приемном зале оптического салона.</li> <li>2. Изучение коммуникативных умений в процессе консультации потребителя по вопросам современной оптической моды, формирования визуального имиджа.</li> <li>3. Изучение технологий презентации оптической продукции.</li> <li>4. Изучение конфликтных ситуаций, их урегулирование и разрешение в приемном зале оптического салона.</li> <li>5. Изучение техники продаж средств коррекции зрения.</li> <li>6. Изучение способов и видов информации о средствах коррекции зрения.</li> </ol>		36	
<b>РАЗДЕЛ 3.</b>		<b>56</b>	
<b>Современный рынок средств коррекции зрения</b>			
<b>МДК.3.3.</b>			
<b>Тема 3.1.</b>	Содержание учебного материала:	<b>4</b>	<b>2</b>
<b>Структура мировой и российской отрасли коррекции зрения</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 История развития оптической коррекции зрения. История развития отрасли оптической коррекции зрения в России. Современная структура отрасли оптической коррекции зрения в мире и России.</li> </ol>		
	Содержание учебного материала:		<b>2</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1</li> </ol>		
<b>Тема 3.2.</b>	Содержание учебного материала:	<b>14</b>	<b>2</b>

<b>Рынок оправ и солнцезащитных очков</b>	1	Структура и география мирового рынка оправ и солнцезащитных очков. Основные регионы и производители оправ и солнцезащитных очков. Оптический рынок и модная индустрия: влияние моды и торговых марок на производство оправ и солнцезащитных очков. Актуальные коллекции оправ и солнцезащитных очков. Особенности российского рынка оправ и солнцезащитных очков, ведущие поставщики российского рынка.		
		Практические занятия	324	
		1. Анализ перечня ведущих производителей оправ и солнцезащитных очков в регионе.		
<b>Тема 3.3. Рынок очковых линз</b>		Содержание учебного материала:	12	2
	1	Структура и география рынка очковых линз. Основные производители и торговые марки очковых линз. Особенности российского рынка очковых линз, ведущие поставщики.		
		Практические занятия	32	
	1. Анализ перечня ведущих производителей очковых линз в регионе.			
<b>Тема 3.4. Рынок контактных линз и средств по уходу за контактными линзами</b>		Содержание учебного материала:	12	2
	1	Структура и география рынка контактных линз и средств по уходу. Основные производители и торговые марки контактных линз и средств по уходу. Особенности российского рынка контактных линз и средств по уходу, ведущие поставщики.		
		Практические занятия	32	
	1. Сравнительная характеристика очищающих средств для мягких и жестких газопроницаемых контактных линз разных производителей.			
<b>Тема 3.5. Рынок технологического оборудования для оптических лабораторий</b>		Содержание учебного материала:	8	2
	1	Структура и тенденции развития рынка оптического технологического оборудования. Основные производители оптического технологического оборудования. Особенности российского рынка оптического технологического оборудования, ведущие поставщики.		
<b>Тема 3.6. Рынок диагностического оборудования для кабинетов оптометрии</b>		Содержание учебного материала:	8	2
	1	Структура и тенденции развития рынка диагностического оптометрического оборудования. Основные производители диагностического оптометрического оборудования. Особенности российского рынка диагностического оптометрического оборудования, ведущие поставщики.		

Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ <b>Примерные темы рефератов:</b> 1. Развитие и особенности производства оправ в Италии 2. Развитие и особенности производства оправ во Франции 3. Развитие и особенности производства оправ в Германии	66	
---	----	--

<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Сравнительный анализ производства оправ в юго-восточной Азии</li> <li>5. Исторический анализ развития моды и ее влияние на оптическую индустрию</li> <li>6. Влияние производства новых оптических материалов на мировой рынок очковых линз</li> <li>7. Рынок мини лабораторий очковых линз в США</li> <li>8. Информационные технологии в производство очковых линз</li> <li>9. Сравнительный анализ рынков контактных линз различных стран Европы и Америки</li> </ol>		
<p><b>Производственная практика:</b>  <b>Современный рынок средств коррекции зрения</b>  <b>Виды работ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Изучение развития и особенностей производства оправ в ведущих странах Европы.</li> <li>2. Сравнительный анализ производства оптометрического оборудования в юго-восточной Азии и Европе.</li> <li>3. Исторический анализ развития моды и ее влияние на оптическую индустрию</li> <li>4. Изучение влияния производства новых оптических материалов на мировой рынок очковых линз</li> <li>5. Изучение новых информационных технологий в производство очковых линз</li> <li>6. Сравнительный анализ рынков контактных линз различных стран Европы, Азии и Америки</li> </ol>	72	





Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

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

#### **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

##### **4.1. Материально-техническое обеспечение**

Реализация программы профессионального модуля требует наличия лекционной аудитории, учебного кабинета маркетинг оптического салона и аудитории для самостоятельной работы.

##### Оснащенность лекционной аудитории:

Проектор BenQ MS 612ST, Ноутбук Asus, с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ВГУ, экран для проектора.

##### Оснащенность учебного кабинета:

Специализированные витрины для выкладки оправ и солнцезащитных очков, коллекции оправ и солнцезащитных очков, рекламные материалы средств коррекции зрения.

##### Аудитория для самостоятельной работы:

15 комп. III поколения, объединенных в сеть с выходом в Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ВГУ.

##### **4.2 . Информационное обеспечение обучения**

##### **Перечень используемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

Основные источники:

1. Фурсов, В.А. Экономика предприятия (фирмы) / В.А. Фурсов ; Лазарева Н. В. ; Куренная В. В. ; Чередниченко О. А. ; Аливанова С. В. — Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2013 .— 349 с. ЭБС: URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233084>.
2. Грибов, В.Д. Экономика организации (предприятия) / В.Д. Грибов ; Грузинов В. П. ; Кузьменко В. А. — 8-е изд., стер. — Москва : КноРус, 2015 .— 407 с. ЭБС: URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=252720>.
3. Смелик, Р.Г. Экономика предприятия (организации) / Р.Г. Смелик ; Левицкая Л. А. — Омск : Омский государственный университет, 2014 .— 296 с. ЭБС: URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=238085>.
4. Управление персоналом: учебник / [И.Б. Дуракова, Л.П. Волкова, Е.Н. Кобцева] ; под ред. И.Б. Дураковой .— М.: ИНФРА-М, 2014. – 568с.
5. Леонтьев, О.В. Правовое обеспечение медицинской

деятельности / О.В. Леонтьев. - СПб. : СпецЛит, 2013. - 144 с. : табл. -  
Библиогр. в кн. - ISBN 978- 5-299-00570-7 ; То же [Электронный ресурс]. -  
URL:  
[//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253861](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253861).

6. Психология делового общения [Электронный ресурс] / Прохорова И.Ф. - Архангельск : ИД САФУ, 2014. - 103 с. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785261008330.html>.

#### Дополнительные источники:

1. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. - М., "Дело" - 1992 г.
2. Бородкин Ф. М. Коряк Н. М. Внимание: конфликт. - М., 1989 г.
3. Янчевский В. С. Трудовой договор. - Житомир, 1996 г.
4. Вернер Зигерт. Руководить без конфликтов М., "Экономика" , 1990 г.
5. Корнелиус Х., Фэйр Ш. Выиграть может каждый. - М. "Стрингер" , 1992 г.
6. Джини Грехем Скотт. Конфликты. Пути их преодоления. - Киев, "Внешторгиздат" , 1997 г.
7. Розанова В.А. Психология управления. 1999 г.
8. Курбатов В.И. Стратегия делового успеха. 1995 г.
9. Рудестам К. Групповая психотерапия. .
10. Леонов Н.И. Психология делового общения. Изд. НПО «МОДЭК», 2003 год.
11. Полянцева О.И. Психология для средних медицинских учреждений: учеб. пособие. Изд. Феникс, 2005 г.
12. Андреева Г.М. Социальная психология. М., Аспект Пресс, 2000 г.
13. Эрколе Рензи, «Маркетинг оптического магазина», М., Изд. Феникс, 2012 г.
14. Журналы «Веко»
15. Евтихов Е. Практика психологического тренинга: Учебно-методическое пособие для начинающих тренеров. Красноярск 2003 г.
16. Практическая психодиагностика. Методики и тесты. Самара. Изд. дом Бахрах-М, 2000 г.
17. Энциклопедия психологических тестов. М. ЗАО изд. Эксмо-Пресс, 2000 г.

#### Информационные электронно-образовательные ресурсы:

1. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов Министерства образования и науки РФ [fcior.edu.ru](http://fcior.edu.ru).
2. Электронный каталог ЗНБ ВГУ <https://www.lib.vsu.ru/>.
3. ЭБС "Университетская библиотека on-line" <https://biblioclub.lib.vsu.ru//>
4. ЭБС "Лань" <https://e.lanbook.com/>.
5. ЭБС «Электронная библиотека технического вуза» <http://www.studentlibrary.ru/>.

#### Организация образовательного процесса

Весь образовательный процесс должен быть ориентирован на формирование профессиональных и общих компетенций, освоение которых является результатом обучения. Обязательным условием допуска к производственным практикам в рамках профессионального модуля «Участие в коммуникационно- маркетинговой деятельности при подборе и реализации средств коррекции зрения» является освоение дисциплин профессионального модуля "Маркетинг оптического салона", "Коммуникации с потребителями средств коррекции зрения". Производственные практики проводятся на базе ООО "Точка Зрения" на основе прямого договора между организацией и ФГБОУ ВО "ВГУ".

Освоению профессионального модуля «Участие в коммуникационно-маркетинговой деятельности при подборе и реализации средств коррекции зрения» должно предшествовать изучение всех дисциплин Учебного плана ОПОП СПО общего гуманитарного и социально-экономического и профессионального циклов, а также освоение всех предшествующих профессиональных модулей.

## **Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам):

все преподаватели, обеспечивающие обучение по профессиональному модулю

«Участие в коммуникационно-маркетинговой деятельности при подборе и реализации средств коррекции зрения» должны иметь высшее профессиональное образование, соответствующее профилю модуля. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным. Преподаватели должны проходить повышение квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях, не реже 1-го раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:

- Инженерно-педагогический состав: дипломированные специалисты- преподаватели профессионального модуля, имеющие высшее образование.

- Мастера: наличие высшего или среднего профессионального образования с обязательным повышением квалификации, в том числе форме стажировки в профильных организациях, не реже 1 раза в 3 года. Опыт деятельности в организациях сферы оптической коррекции зрения, оптического производства.

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

Контроль и оценка результатов освоения МДК осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, контрольных работ, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Итоговый контроль по профессиональному модулю - экзамен (квалификационный).

### **Критерии оценки результата итогового контроля по итогам освоения МДК:**

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и выполнения обучающимися индивидуальных заданий, а также руководителем производственной практики.

Итоговый контроль по профессиональному модулю - экзамен (квалификационный).

### **Критерии оценки результата итогового контроля по итогам освоения МДК:**

При оценивании используется следующая шкала:

5 баллов ставится, если обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах (см. ФОС) показателям, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их при решении практических задач;

4 балла ставится, если обучающийся демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах (см. ФОС) показателям, но допускает незначительные ошибки, неточности, испытывает затруднения при решении практических задач;

3 балла ставится, если обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах (см. ФОС) показателям, допускает значительные ошибки при решении практических задач;

2 балла ставится, если обучающийся демонстрирует явное несоответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах (см. ФОС) показателям.

При сдаче экзамена и дифференцированных зачетов: оценка «отлично» - 5 баллов  
оценка «хорошо» - 4 балла  
оценка «удовлетворительно» - 3 балла  
оценка «неудовлетворительно» - 2 балла.

<b>Результаты (освоенные профессиональные компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>
ПК 3.1 Проводить консультации по вопросам современной оптической моды, формирования и коррекции визуального имиджа с помощью корректирующих и солнцезащитных очков.	-востребованность консультаций по вопросам современной оптической моды; - сформированность визуального имиджа с учетом потребностей клиента и тенденций оптической моды
ПК 3.2 Участвовать в маркетинговой деятельности организации.	- инициативность и заинтересованность в организации мероприятий маркетинговой деятельности предприятия -готовность к проведению мероприятий маркетинговой деятельности предприятия - эффективность маркетинговых мероприятий предприятия
ПК 3.3 Урегулировать и разрешать конфликтные ситуации в профессиональной деятельности.	-готовность применять методики разрешения конфликтных ситуаций -эффективность применения коммуникативных навыков и специальных методик при урегулировании и разрешении конфликтных ситуаций
ПК 3.4 Организовывать и оценивать эффективность работы предприятия по изготовлению средств коррекции зрения, составлять бизнес-план, знать основы логистики.	- четкость постановки целей и задач деятельности оптической организации - определенность путей и способов достижения результата деятельности оптической организации - рациональность управления материальными и информационными потоками в оптической организации - мониторинг ресурсозатрат и качества результата деятельности оптической организации
ОК 1. сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Демонстрация интереса к будущей профессии.
ОК 2. собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач.  Демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных	Демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них



ситуациях и нести за них ответственность.	ответственность.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Нахождение и использование информации, необходимой для решения профессиональных задач, профессионального и личного развития.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Демонстрация навыков использования информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 8. Самостоятельно определять	Определение задач, профессионального и личного развития.

задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Организация самостоятельных занятий при изучении разделов профессионального модуля.  Планирование повышения квалификации.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности.