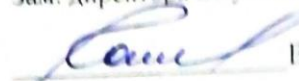


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимович Дина Мратовна
Должность: директор Института ветеринарной медицины
Дата подписания: 19.06.2024 10:07:39
Уникальный программный ключ:
665a8aa1f254b0cbf5ca990184421e00ab13b7ac

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»


СОГЛАСОВАНО:

Зам. директора по учебной работе (СНО)


Вахмянина С.А.
«28» июл 2024г.

УТВЕРЖДАЮ:

Директор Института
ветеринарной медицины


Максимович Д.М.
«25» июл 2024г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ 04. Осуществление продаж потребительских товаров и координация
работы с клиентами
профессионального учебного цикла
программы подготовки специалистов среднего звена по специальности
38.02.08 Торговое дело
базовая подготовка
форма обучения очная

Троицк
2024

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства просвещения РФ, от 19.07.2023 N 548.

Содержание программы дисциплины реализуется в процессе освоения обучающимися программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.08 Торговое дело.

РАССМОТРЕНА: Предметно-цикловой методической комиссией по специальностям «Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)», «Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров» при кафедре Педагогики и социально-экономических дисциплин. Протокол № 10 от «20» мая 2024 г.

Председатель

 А. А. Андреев

Составитель: Давыдова И.Л., кандидат сельскохозяйственных наук, преподаватель ФГБОУ ВО Южно-Уральский ГАУ

Рецензенты:

Бобылева И.В., кандидат сельскохозяйственных наук, доцент кафедры Педагогики и социально-экономических дисциплин ФГБОУ ВО «Южно-Уральский ГАУ»

А.Г. Стротечук., товаровед ООО ТС «Монетка» ООО «Элемент-Трейд»

Директор научной библиотеки: И.В. Шагрова



1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ПМ.04. Осуществление продаж потребительских товаров и координации работы с клиентами

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Дисциплина ПМ.04. Осуществление продаж потребительских товаров и координации работы с клиентами» является частью программ подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО: 38.02.08 Торговое дело. Особое значение дисциплина имеет при формировании развитии ОК0.1-0.9; ПК. 3.1-3.8

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности: ПМ 04 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами

1.1.1 Перечень общих компетенций

Код	Наименования общих компетенций
ОК1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК2.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК4.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК6.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК7.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК8.	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности
ОК9.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

1.1.2 Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименования результата обучения
ПК 3.1.	Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
ПК 3.2.	Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров
ПК 3.3.	Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов
ПК 3.4.	Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж.

ПК 3.5.	Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса
ПК 3.6	Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов
ПК 3.7	Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
ПК 3.8	Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен

Уметь	<p>Осуществлять переговоры о заключении продажи; сделок купли - продажи;</p> <p>Совершать сделки купли-продажи;</p> <p>Оформлять договоры купли-продажи, контролировать их выполнение;</p> <ul style="list-style-type: none"> • выполнять функции гаранта по исполнению обязательств, вытекающих из заключенных сделок; • проводить работу по выявлению и учету потенциальных покупателей, оказываемых услуг; • организовывать рекламу; • осуществлять работу по внедрению прогрессивных методов торговли; • вести учет претензий покупателей по исполнению договоров купли-продажи; • осуществлять переговоры о заключении • совершать сделки купли-продажи; • оформлять договоры купли-продажи, контролировать их выполнение; • выполнять функции гаранта по исполнению обязательств, вытекающих из заключенных сделок
Знать	<ul style="list-style-type: none"> – методики выявления потребностей клиентов; – методики выявления потребностей; – технику продаж; – методики проведения презентаций; – потребительские свойства товаров; – требования и стандарты производителя; – принципы и порядок ведения претензионной работы; – ассортимент товаров; – стандарты организации; – стандарты менеджмента качества; – гарантийную политику организации; – специализированные программные продукты; – методики позиционирования продукции организации на рынке; – методы сегментирования рынка; – методы анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции; – инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов; – Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией; – Приказы, положения, инструкции, нормативную документацию по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания; – Основы организации послепродажного обслуживания.
Иметь практический опыт	Опыт работы с разными группами товаров, реализуемых оптовыми предприятиями торговли

1.3. Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 160 часов,

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 98 часов;

самостоятельная работа обучающегося 22 часа; промежуточная аттестация 4 часа; учебная практика 36 часов; диф. зачёт 2 часа

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Суммарный объем нагрузки, час.	В том числе в форме практич. подготовки	Объем профессионального модуля в академических часах							
				Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем							Самостоятельная работа
				Обучение по МДК				Практика			
				Всего	В том числе			Учебная практика	Производственная практика	консультации	
Промежуточная аттестация	Лабораторные занятия	Курсовая работа (проект)									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ОК 0.1-0.6, ОК 0.9, ПК 3.1-3.8	Раздел 1. Осуществление продаж потребительских товаров	124	98	124	4	-	-		-		22
ОК 0.1-0.9, ПК 3.1-3.8	Учебная практика	36	-	36	-	-	-	36	-		
	Итого:	160	98	160	4	-	-	36	-		22

2.2. Тематический план и содержание дисциплины: ПМ 04. Осуществление продаж потребительских товаров и координации работы с клиентами

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающихся, курсовая работа (проект)(если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Тема 1.1 Формирование клиентской базы	Содержание учебного материала	10	ОК 0.1-0.6, 0.9 ПК 3.1-3.8
	1. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании.	2	
	2. Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности.	2	
	3. Методы удержания клиентов. Пути формирования клиентской базы.	2	
	4. Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM).	2	
	5. Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России	2	
	Лабораторные занятия	не предусмотрены	
	Практические занятия	6	
	ПЗ № 1 Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации.	2	
	ПЗ № 2 Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров.	2	
ПЗ № 3 Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности.	2		
Самостоятельная работа	6		
Изучить и законспектировать темы:			
1. Основные понятия, разделы и категории товароведения, их назначение.	2		
2. Современные задачи, стоящие перед товароведением	2		
3. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России	2		
Тема 1.2. Организация и осуществление предоговорной и	Содержание учебного материала	16	
1. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий.	2		
2. Методы планирования продаж: планирование «сверху вниз» (top-down planning),	2		

предпродажной работы	планирование «снизу-вверх» (bottom-up planning), планирование «цели вниз — план вверх» (goals down-plans up planning). Анализ «like to like»		
	3. Установление контактов с поставщиками и клиентами посредством современных технических средств и цифровых технологий, с использованием телефонных переговоров и личных встреч.	2	
	4. Подготовка и направление коммерческих предложений. Организация и правила проведения переговоров.	2	
	5. Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков.	2	
	6. Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине.	2	
	7. Мерчандайзинг. понятие, правила и программы	2	
	8. Выкладка товаров: понятие выкладки и точки продаж, принципы и правила выкладки, основные концепции представления товаров, специальная выкладка, ее виды, рекомендации по выкладке отдельных видов товаров.	2	
	9. Методика построения планограммы. Правила оформления ценников	2	
	Лабораторные занятия	не предусмотрены	
Практические занятия	16		
ПЗ № 4 Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.	2		
ПЗ № 5 Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж	2		
ПЗ № 6 Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов.	2		
ПЗ № 7 Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов.	2		
ПЗ № 8 Использование интернет-вещей для оптимизации торговых процессов.	2		
ПЗ № 9 Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.	2		
Самостоятельная работа обучающихся	4		
Изучить и законспектировать темы:			
1. Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов	2		
2. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении.	2		
Тема 1.3. Организация и	Содержание учебного материала	8	
	1. Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов	2	

осуществление продаж потребительских товаров	продаж.		
	2. Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах	2	
	3. Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок	2	
	4. Подготовка и проведение презентаций потребительских товаров	2	
	Лабораторные занятия	не предусмотрены	
	Практические занятия	6	
	ПЗ № 10 Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей	2	
	ПЗ № 11 Работа с возражениями в процессе продажи товаров		
	ПЗ №12 Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи	2	
		2	
Тема 1.4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации	Содержание учебного материала	8	
	1.Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. Бизнеспроцессы и стандарты работы розничного магазина	2	
	2. Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию	2	
	3. Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации	2	
	4. Организация работы менеджеров-консультантов с учетом индивидуальных потребностей каждого клиента. Программы лояльности: система управления отношениями с клиентами. Работа с постоянными клиентами: общие правила и индивидуальный подход	2	
	Практические занятия	8	
	ПЗ № 13 Продажа дополнительных услуг торгового предприятия	2	
	ПЗ № 14 Оказание содействия клиентам в процессе продажи	2	
	ПЗ № 15 Урегулирование спорных вопросов, претензий	2	
Тема 1.5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования	Содержание учебного материала	8	
	1. Позиционирование продукции организации на рынке	2	
	2. Методы сегментирования рынка. Портрет клиента.	2	
	3. Методы стимулирования продаж	2	
	4. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж	2	
	Лабораторные занятия	не предусмотрены	
	Практические занятия	не предусмотрены	
	Самостоятельная работа обучающихся	4	

покупательского спроса	Изучить и законспектировать темы: 1. Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж 2. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж	2 2	
Тема 1.6. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж	Содержание учебного материала	8	
	1. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота.	2	
	2. Формирование отчетов о продажах. Составление отчетной документации по продажам	2	
	3. Мотивация как функция управления продажами. Программы мотивации торгового персонала. Стратегии и тактики продаж.	2	
	4. Продажи ключевым клиентам и управление этими клиентами. Управление взаимоотношениями с клиентами на основе CRM-технологий.	2	
	Лабораторные занятия	не предусмотрены	
Практические занятия	не предусмотрены		
Самостоятельная работа обучающихся	4		
Тема 1.7. Анализ и контроль состояния товарных запасов	Содержание учебного материала	2	
	1. Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль	2	
	Лабораторные занятия	не предусмотрены	
	Практические занятия	не предусмотрены	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
	Изучить и законспектировать темы: 1. Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости	2	
Тема 1.8. Организация послепродажного обслуживания, консультационно информационное	Содержание учебного материала	2	
	1. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов	2	
	2. Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров. 3. Разработка плана послепродажного обслуживания клиента		

сопровождение клиентов	Лабораторные занятия	не предусмотрены	
	Практические занятия	не предусмотрены	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
	Изучить и законспектировать темы: 1. Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия»	2	
Примерная тематика курсовой работы (проекта)		не предусмотрены	
Самостоятельная работа обучающихся над курсовой работой (проектом)		не предусмотрены	
		ВСЕГО (часов)	120
Учебная практика		36	
1. Вводный инструктаж. Охрана безопасности труда.		2	
2. Формирование клиентской базы на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях Взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров		6	
3. Взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов		6	
4. Выполнение мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж		6	
5. Выполнение мероприятий по стимулированию покупательского спроса. Послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов		6	
6. Контроль состояния товарных запасов		6	
Оформление дневника и отчёта		4	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения: кабинет «Коммерческой деятельности».

Оснащенный оборудованием:

Технические средства обучения:

Калькулятор САУИНА СА-52011

Проектор Acer projector P 1163

Экран на штативе Apollo-T 200*200

Ноутбук Acer PВTE-69-KB

3.2.1. Информационное обеспечение реализации программы

Основные печатные и электронные издания

1. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 579 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17868-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541305> (дата обращения: 31.05.2024).
2. Основы коммерческой деятельности : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 394 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16956-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538301> (дата обращения: 31.05.2024).

3.2.2. Дополнительные источники

1. Памбухчиянц, О. В. Организация торговли : учебник / О. В. Памбухчиянц. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, 2022. — 296 с. — ISBN 978-5-394-04289-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/277418> (дата обращения: 31.05.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Рамендик, Д. М. Психология делового общения : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. М. Рамендик. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 196 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16967-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537436> (дата обращения: 31.05.2024).

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1	<ul style="list-style-type: none"> – Демонстрирует умения получения и уточнения данных о потенциальных клиентах, формирования, актуализации клиентской базы, в том числе с использованием системы электронного документооборота, программных продуктов для анализа данных, управления проектами и принятия решений; – Выделяет приоритетные потребности клиента и фиксирует их в базе данных; – Использует и анализирует информацию о клиенте для планирования и организации работы с клиентом. 	<p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p> <p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.</p> <p>Экспертная оценка</p>
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> – Разрабатывает алгоритм установления контактов; – Формирует коммерческие предложения по продаже товаров; – Информировывает клиентов о технических характеристиках и потребительских свойствах товаров в доступной форме; – Использует профессиональные и технические термины, поясняет их в случае необходимости; – Планирует и проводит презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей; – Применяет приемы работы с возражениями клиента; – Выбирает и обосновывает методы завершения сделки; – Определяет алгоритм выдачи и документального оформления товара клиенту. 	<p>контрольных / проверочных работ.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p> <p>Экспертная оценка</p>
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> – Опознает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – Суммирует выгоды и предлагать план действий клиенту; – Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов. 	<p>Экспертная оценка</p>

ПК 3.4	<ul style="list-style-type: none"> – Планирует объемы собственных продаж; – Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж; – Анализирует выполнения плана продаж. 	<p>создания и представления презентаций.</p> <p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.</p>
ПК 3.5	<ul style="list-style-type: none"> – Предлагает способы информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; – Применяет методы стимулирования клиентов на заключение сделки. 	<p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения</p>
ПК 3.6	<ul style="list-style-type: none"> – Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов 	<p>образовательной программы на</p>
ПК 3.7	<ul style="list-style-type: none"> – Проводит анализ эффективности управления портфелем клиентов на основе исходных данных; – Составляет аналитический отчет по продажам с применением специализированных программных продуктов для создания аналитических отчетов. 	<p>практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.</p> <p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие,</p>
ПК 3.8	<ul style="list-style-type: none"> – Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания; – Разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента. 	<p>принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.</p> <p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p>
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> – Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; – Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; – Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; – Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; – Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; – Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). 	<p>– на практических занятиях</p> <p>– при выполнении работ на различных этапах производственной практики;</p>
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> – Определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и 	

	<p>планирует процесс поиска;</p> <ul style="list-style-type: none"> – Структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска; – Оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. 	<p>– при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.</p>
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> – Демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды; – В ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ. 	
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> – Грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами; – Демонстрирует толерантность в рабочем коллективе. 	
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> – Понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы; – Участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; – Строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; – Кратко обосновывает и объясняет свои действия; – Пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы. 	