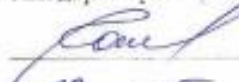


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимович Дина Мратовна
Должность: директор Института ветеринарной медицины
Дата подписания: 05.05.2025 10:22:31
Уникальный программный ключ:
665a8aa1f254b0cbf5ca990184421e00ab13b7ac

СОГЛАСОВАНО:

Зам. директора по учебной работе (СПО)


Вакхрушина С.А.
« 28 » 05 2024г.

УТВЕРЖДАЮ:

Директор Института
ветеринарной медицины
Максимович Д.М.
« 29 » 05 2024г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ 04. Осуществление продаж потребительских товаров и ~~осуществление~~
работы с клиентами
профессионального учебного цикла
программы подготовки специалистов среднего звена по специальности
38.02.08 Торговое дело
базовая подготовка
форма обучения заочная

Троицк
2024

Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства просвещения от 19.07.2023 N 548.

Содержание программы 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»

Внешние рецензии:

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

Директор Научной библиотеки _____



Шатрова И. В.

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	Осуществлять переговоры о заключении продажи; сделок купли - продажи; Совершать сделки купли-продажи; Оформлять договоры купли-продажи, контролировать их выполнение; • 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	– 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	
Тема 1.2. Организация и осуществление преддоговорной и	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	
	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 продажи 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	
Тема 1.4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации	ПЗ № 11 Работа с возражениями в процессе продажи товаров	2	
	ПЗ № 12 Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи	2	
		2	
	Содержание учебного материала	8	
	1. Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. Бизнес-процессы 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	
Тема 1.5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования	ПЗ № 14 Оказание содействия клиентам в процессе продажи	2	
	ПЗ № 15 Урегулирование спорных вопросов, претензий	2	
	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	Изучить и законспектировать темы: 1. ABC, XYZ-анализ текущей клиентской базы 2. Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя –CRR, среднего дохода на покупателя – ARC)	2 2	
	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 PBTE-69-KB

3.2.1. Информационное обеспечение реализации программы

Основные печатные и электронные издания

1. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494509>

2. Основы коммерческой деятельности: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491497>

3. 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, 2022. — 207 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06312-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490471>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Иванов Г.Г. Организация торговли (торговой деятельности): учебник/Г.Г.Иванов.- Москва: КНОРУС, 2022.- 222.с- (Среднее профессиональное образование). ISBN 978-5-406-09325-2

2. Парамонова Т.Н. Мерчандайзинг: учебное пособие/Т.Н. Парамонова, И.А. Рамазанов.- 5-е изд., стер.-Москва: КНОРУС,2022.-144с. ISBN 978-5-406-08897-5

3. Потребительская лояльность: учебник/коллектив авторов; под ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, И. П. Широченской.- Москва: КНОРУС, 2022.-312с (Аспирантура и Магистратура). ISBN 978- 5-406-09730-4

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1	– 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.	Устный/письменный опрос. Тестирование. Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном. Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий. Экспертная оценка
ПК 3.2	– Разрабатывает алгоритм установления контактов; – Формирует коммерческие предложения по продаже товаров; – Информировать 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.	контрольных / проверочных работ. 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. Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях. Экспертная оценка
ПК 3.3	– Опознает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – Суммирует выгоды и предлагать план действий клиенту; – Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов.	Экспертная оценка

ПК 3.4	– Планирует объемы собственных продаж; – Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж; – Анализирует выполнения плана продаж.	создания и представления презентаций. Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.
ПК 3.5	– Предлагает способы информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; – Применяет методы стимулирования клиентов на заключение сделки.	Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.
ПК 3.6	– Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие,
ПК 3.7	– Проводит анализ эффективности управления портфелем клиентов на основе исходных данных; – Составляет аналитический отчет по продажам с применением специализированных программных продуктов для создания аналитических отчетов.	принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.
ПК 3.8	– Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания; – Разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента.	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:
ОК 01	– 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).	– на практических занятиях – при выполнении работ на различных этапах производственной практики;
ОК 02	– Определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и	

	планирует процесс поиска; – 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.	– при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.
ОК 04	– 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	– 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	– 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.	