

бюджетное профессиональное образовательное учреждение Омской области
«Москаленский профессиональный техникум»

Рассмотрено
на заседании ПЦК
Протокол № _____
от « ____ » _____ 20__ г.

Согласовано:

Утверждаю:
Директор БПОУ МПТ

« ____ » _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация
работы с клиентами

Специальность 38.02.08 Торговое дело

Рабочая программа учебной практики по профессиональному модулю ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного Приказом Минпросвещения России от 19 июля 2023 г. №548

Организация разработчик: бюджетное профессиональное образовательное учреждение Омской области «Москаленский профессиональный техникум»

Разработчики:

Мастер п/о – С.И. Кизюн

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	11
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКОГО ОПЫТА..	12

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Цели учебной практики

Учебная практика по специальности 38.02.08 Торговое дело направлена на формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта и реализуется в рамках профессионального модуля ППСЗ по основным видам профессиональной деятельности для последующего освоения ими профессиональных компетенций по избранной специальности.

1.2. Задачи учебной практики

Учебная практика является базой для получения практических навыков и умений для прохождения производственной и преддипломной практики, а также выполнения выпускной квалификационной работы. Она помогает соединить теоретическую подготовку с формированием практических навыков у студентов для облегчения их выхода на рынок труда, дает возможность получить обратную связь со стороны организаций и учреждений различных организационно – правовых форм собственности, о качестве обучения, а также получение дополнительной информации о том, над чем нужно поработать студенту, чтобы соответствовать современным требованиям рынка труда.

Учебная практика ставит перед собой определенные важные задачи:

- закрепление полученных теоретических знаний по междисциплинарным курсам;
- приобретение навыков и опыта в выбранной специальности;
- формирование более подробного представления о будущей специальности;
- применение теоретических знаний в практическую деятельность;

1.3. Место учебной практики в структуре ПООП

Рабочая программа учебной практики ПМ. 03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами» – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело, входит в профессиональный цикл учебного плана.

1.4. Формы проведения учебной практики

Учебная практика проводится путем чередования с теоретическими занятиями по дням (неделям) при условии обеспечения связи между теоретическим обучением и содержанием практики.

1.5. Место и время проведения учебной практики

Учебная практика проводится в учебной лаборатории техникума по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело. В соответствии с учебным планом учебная практика по ПМ. 03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами предусмотрена в 4 семестре, в объеме - 36 часов.

1.6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения учебной практики

Результатом освоения программы учебной практики является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД): Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли, **общими (ОК) компетенциями:**

ОК. 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

- ОК. 2.**Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
- ОК. 3.**Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
- ОК. 4.**Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
- ОК. 5.**Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
- ОК. 6.**Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
- ОК. 7.**Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

и профессиональными компетенциями (ПК) по виду деятельности:

- ПК. 2.1.**Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
- ПК. 2.2.**Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации
- ПК. 2.3.**Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий
- ПК. 2.4.**Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках
- ПК. 2.5.**Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов
- ПК. 2.6.**Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов
- ПК. 2.7.**Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности
- ПК. 2.8.**Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы

1.7. С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения учебной практики в рамках профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях;
- поиска и выявления потенциальных клиентов;
- формирования и актуализации клиентской базы;
- проведения мониторинга деятельности конкурентов;
- определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией;
- формирования коммерческих предложений по продаже товаров, подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами;
- информирования клиентов о потребительских свойствах товаров;
- стимулирования клиентов на заключение сделки;
- взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров;
- закрытия сделок;
- соблюдения требований стандартов организации при продаже товаров;
- использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги

- продажи;
- сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции;
 - мониторинг и контроль выполнения условий договоров;
 - анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж;
 - выполнения запланированных показателей по объему продаж;
 - разработки программ по повышению лояльности клиентов;
 - разработки мероприятий по стимулированию продаж;
 - информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях;
 - участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров;
 - стимулирования клиентов на заключение сделки;
 - контроля состояния товарных запасов;
 - анализа выполнения плана продаж;
 - информационно-справочного консультирования клиентов;
 - контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания;
 - обеспечения соблюдения стандартов организации.

уметь:

- работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации;
- вести и актуализировать базу данных клиентов;
- формировать отчетную документацию по клиентской базе;
- анализировать деятельность конкурентов;
- определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;
- планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами;
- вести реестр реквизитов клиентов;
- использовать программные продукты;
- планировать объемы собственных продаж;
- устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения;
- использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним;
- формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента;
- планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации;
- использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости;
- предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме;
- опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;
- работать с возражениями клиента;
- применять техники по закрытию сделки;
- суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту;
- фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме;
- обеспечивать конфиденциальность полученной информации;
- анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий;
- оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации;
- подготавливать документацию для формирования заказа;
- осуществлять мероприятия по размещению заказа;
- следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях;
- принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств;
- осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с

- регламентами организации;
- оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции;
 - осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий;
 - организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации;
 - соблюдать конфиденциальность информации;
 - предоставлять клиенту достоверную информацию;
 - корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту;
 - соблюдать в работе принципы клиентоориентированности;
 - обеспечивать баланс интересов клиента и организации;
 - обеспечивать соблюдение требований охраны;
 - разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров;
 - собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж;
 - планировать работу по выполнению плана продаж;
 - анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации;
 - анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж;
 - анализировать возможности увеличения объемов продаж;
 - планировать и контролировать поступление денежных средств;
 - обеспечивать наличие демонстрационной продукции;
 - применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж;
 - планировать рабочее время для выполнения плана продаж;
 - планировать объемы собственных продаж;
 - оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж;
 - разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности;
 - разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента;
 - анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров;
 - анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники;
 - анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов;
 - вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию;
 - вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов;
 - анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков;
 - обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков;
 - анализировать оборачиваемость складских остатков;
 - составлять отчетную документацию по продажам;
 - разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента;
 - инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений;
 - инициативно вести диалог с клиентом;
 - резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы;
 - определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;
 - разрабатывать рекомендации для клиента;
 - собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;
 - анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента;
 - проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж;
 - вести деловую переписку с клиентами и партнерами;
 - использовать программные продукты.

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.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Общая трудоемкость учебной практики составляет 36 час.

Вид работ	Содержание практики	Объем часов	Уровень освоения
МДК 03.01. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами			
Работа с открытыми источниками информации и доступными информационными ресурсами организации для расширения клиентской базы и определения приоритетных потребностей клиентов. Анализ и систематизация информации о состоянии рынка потребительских товаров, деятельности конкурентов с использованием внешних и внутренних источников.	<ul style="list-style-type: none"> - Сбора, обработка, анализа и актуализация информации о клиентах и их потребностях; - поиск и выявление потенциальных клиентов; - формирование и актуализация клиентской базы; - проведение мониторинга деятельности конкурентов; - определение потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией; 	6	2.3
Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров.	<ul style="list-style-type: none"> - формирование коммерческих предложений по продаже товаров, подготовка, проведение, анализ результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами; - информирования клиентов о потребительских свойствах товаров; - стимулирование клиентов на заключение сделки; - взаимодействие с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров; - закрытие сделки; 	6	2.3
Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов	<ul style="list-style-type: none"> - участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров; 	6	2.3
Разработка Уникального торгового предложения. Подготовка презентации товара.	<ul style="list-style-type: none"> - установление контакта с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, - разработка и направление коммерческого предложения; - использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним; - сформировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента; 	6	2.3

	<ul style="list-style-type: none"> - планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя технику продаж в соответствии со стандартами организации; - использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости; - предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме; 		
МДК 03.02. Контроль состояния товарных запасов, составление аналитических отчетов по продажам			
<p>Организация обслуживания клиентов: предоставление информации по продукции и услугам с использованием профессиональных и технических терминов с их пояснениями, опознавание признаков недовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; работа с возражениями клиента, применение техники по закрытию сделки.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - анализ и разработка мероприятий по выполнению плана продаж; - выполнение запланированных показателей по объему продаж; - разработка программы по повышению лояльности клиентов; - разработки мероприятий по стимулированию продаж; - информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; 	6	2.3
<p>Разработка мероприятий по стимулированию продаж и расчет их эффективности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - контроль состояния товарных запасов; - анализ выполнения плана продаж; - информационно-справочное консультирование клиентов; - контроль степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания; - обеспечение соблюдения стандартов организации. 	6	2.3
Всего		36	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Образовательные технологии, используемые на учебной практике Основными применяемыми технологиями обучения, которые реализуются при прохождении практики, являются технологии включенного наблюдения, проблемного обучения, технологии оценивания учебных достижений, а также метод проектов – система обучения, при которой студенты овладевают компетенциями в процессе планирования и выполнения несложных практических заданий.

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной практики

3.2.1. 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

3.3. Материально-техническое обеспечение учебной практики

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации;
- ноутбуки 12 шт;
- мультимедиа проектор с экраном;
- программное обеспечение (офисные программы);
- комплект контрольно-кассового оборудования;
- оборудование весо-измерительное; - комплект бобин кассовой ленты;
- наглядные пособия (схемы, таблицы, бланки документов кассовой и отчетной документации)

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКОГО ОПЫТА

4.1. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

Промежуточная аттестация по учебной практике предусмотрена в форме дифференцированного зачета.

4.2. Методическое сопровождение предусмотренных форм и методов контроля и оценки деятельности обучающихся

Контроль и оценка результатов учебной практики направлены на проверку освоения умений, практического опыта, развития общих и формирование профессиональных и общих компетенций, определенных программой учебной практики.

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>
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> – 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 	<p>Экспертная оценка 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</p>

	клиенту.	практике.
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 использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</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>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</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 соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.</p>
ПК 3.6	<ul style="list-style-type: none"> – Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов 	<p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.</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>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности</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>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности</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; 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – 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>социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.</p>
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – на практических занятиях – при выполнении работ на различных этапах производственной практики; – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.
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. 	

