

Частное учреждение профессиональная образовательная организация
«Международный оптический колледж»
(ЧУ ПОО «МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПТИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»)

КОНТРОЛЬНО — ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПРОГРАММЫ

Профессионального модуля

**ПМ.02 Оказание услуг по коммуникационно-маркетинговой деятельности
при подборе и реализации средств коррекции зрения**

Специальность 31.02.04 Медицинская оптика

(заочная форма обучения)

РАССМОТРЕНО

На заседании Педагогического совета
Протокол №05 от 03.07.2023

УТВЕРЖДАЮ

Директор М.Е. Левина



Контрольно-оценочные средства программы профессионального модуля разработаны на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 31.02.04 Медицинская оптика

Организация – разработчик: Частное учреждение профессиональная образовательная организация «Международный оптический колледж»

Разработчик: учебно — методический отдел ЧУ ПОО «Международный оптический колледж»

СОДЕРЖАНИЕ

1. Контрольно-оценочные средства программы профессионального модуля

стр

4

1. Контрольно-оценочные средства программы профессионального модуля

После освоения программы профессионального модуля ПМ.02 Оказание услуг по коммуникационно-маркетинговой деятельности при подборе и реализации средств коррекции зрения студент должен обладать следующими компетенциями:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различному контексту.

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ПК 2.1 Проводить предпродажную подготовку оптических средств коррекции зрения и аксессуаров к ним.

ПК 2.2 Оказывать консультативную помощь пациенту при подборе и реализации средств коррекции зрения с точки зрения технических, технологических и медицинских аспектов.

ПК 2.3 Осуществлять комплекс маркетинговых и консультационных услуг при реализации средств коррекции зрения, в том числе при индивидуальном заказе.

ПК 2.4 Регулировать и разрешать конфликтные ситуации в профессиональной деятельности.

ПК 2.5 Организовывать и оценивать эффективность работы организаций по продаже и изготовлению средств коррекции зрения, составлять бизнес-план, использовать знания основ логистики.

ПК 2.6 Обеспечивать выполнение санитарно-эпидемиологических правил и нормативов при реализации средств коррекции зрения.

ПК 2.7 Оформлять необходимую документацию, в том числе товарно-денежный отчет, в электронном и письменном видах при реализации средств коррекции зрения.

ПК 2.8 Проводить инвентаризацию оптических средств коррекции зрения и аксессуаров к ним.

Код и название компетенции	Умения	Знания
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различному контексту.	<p>Распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;</p> <ul style="list-style-type: none"> -анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; -определять этапы решения задачи; -выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; -составить план действия; -определить необходимые ресурсы; -владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; -реализовать составленный план; -оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). 	<ul style="list-style-type: none"> -Актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; -основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; -алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; -методы работы в профессиональной и смежных сферах; -структура плана для решения задач; -порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> -Определять задачи для поиска информации; -определять необходимые источники информации; -планировать процесс поиска; -структурировать получаемую информацию; -выделять наиболее значимое в перечне информации; -оценивать практическую значимость результатов поиска; -оформлять результаты поиска. 	<ul style="list-style-type: none"> -Номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; -приемы структурирования информации; -формат оформления результатов поиска информации.
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	<ul style="list-style-type: none"> -Понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; -участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; -строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; -кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые); -писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы. 	<ul style="list-style-type: none"> -Правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; -основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); -лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; -особенности произношения; -правила чтения текстов профессиональной направленности.

ПК 2.1 Проводить предпродажную подготовку оптических средств коррекции зрения и аксессуаров к ним.	<ul style="list-style-type: none"> -Проверять наличие оптических средств коррекции зрения и аксессуаров к ним по номенклатуре в накладной; -собирать и хранить сопровождающие документы на оптические средства коррекции зрения и аксессуары к ним; -определять недостатки оправ, линз, солнцезащитных очков визуально и с помощью оптических приборов; -пользоваться специальными моющими и чистящими средствами для пластмассовых и стеклянных линз; -размещать оптические средства коррекции зрения и аксессуары к ним на витринах в соответствии с принципами мерчандайзинга; -распаковывать оптические средства коррекции зрения и аксессуары к ним и размещать упаковку для хранения. 	<ul style="list-style-type: none"> -Номенклатура оптических средств коррекции зрения и аксессуаров к ним; -требования стандартов в области торговли оптическими средствами коррекции зрения; -нормативные документы, регламентирующие продажу отдельных видов товара; -принципы работы оптических приборов и инструментов (диоптриметр, оптическая линейка, тестовые приборы); -основы мерчандайзинга.
ПК 2.2 Оказывать консультативную помощь пациенту при подборе и реализации средств коррекции зрения с точки зрения технических, технологических и медицинских аспектов.	<ul style="list-style-type: none"> -Психологически настраиваться на работу с покупателями; -задавать вопросы для выявления потребностей покупателей; -устанавливать и поддерживать комфортный для покупателя контакт; -рассказывать об оптических средствах коррекции зрения, их свойствах и о выгодах для покупателя; -предлагать покупателю оптимальный вариант конструкции оправ и видов линз на основании данных рецепта; -проверять на диоптриметре предыдущие очки, привычные покупателю. 	<ul style="list-style-type: none"> -Психология общения; -основные торговые марки производителей медицинской оптики; -классификация линз; -классификация оправ; -способы проверки линз на оптических приборах; -маркировка оправ; -процесс изготовления очков; -измерительный инструмент, приборы и приспособления, применяемые при контроле соответствия очков прописи рецепта и требованиям стандартов на очки, корректирующие; -виды рецептов на очки и мягкие контактные линзы; -направление развития рынка медицинской оптики (мода, технологии); -правила ухода за средствами коррекции зрения.
ПК 2.3 Осуществлять комплекс маркетинговых и консультационных услуг при реализации средств коррекции зрения, в том числе при индивидуальном заказе.	<ul style="list-style-type: none"> -Пользоваться основными оптическими приборами (диоптриметр, линейка оптическая); -определять оптимальный вид линз по данным рецепта; -определять оптимальный цвет оправы в соответствии с теорией цветотипов; -определять оптимальную форму оправы в соответствии с формой и профилем лица покупателя; 	<ul style="list-style-type: none"> -Виды аметропий и рецепты для каждого вида аметропий; -классификация очковых линз и их функциональное назначение; -свойства очковых линз и покрытий Ограничения при вставке линз в оправу; -процесс изготовления очков;

	<ul style="list-style-type: none"> -измерять антропологические параметры лица покупателя (пантоскопический угол, вертексное расстояние, высота переносицы, ширина переносицы); -размечать оправы под различные виды линз; -рассчитывать технологическую возможность установки в оправу линз заданного диаметра; -выправлять оправу; -контролировать соответствие диаметра линз подобранной оправе. 	<ul style="list-style-type: none"> -виды аберраций очковых линз; -методы контроля соответствия диаметра линз параметрам оправы; -принципы работы диоптриметра; -основы психологии общения; -основы психологии восприятия цвета; -введение в теорию цвета; -физиогномика (форма лица); -транспозиция астигматических линз.
ПК 2.4 Регулировать и разрешать конфликтные ситуации в профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> -Устанавливать конструктивные отношения с покупателем; -разрешать конфликтные ситуации с покупателем; -разъяснять покупателю положения правил продажи отдельных видов товар. 	<ul style="list-style-type: none"> -Основы конфликтологии; -методы работы с возражениями покупателей; -основы психологии общения; -основные причины неудовлетворенности покупателя очками.
ПК 2.5 Организовывать и оценивать эффективность работы организаций по продаже и изготовлению средств коррекции зрения, составлять бизнес-план, использовать знания основ логистики.	<ul style="list-style-type: none"> -Рассказывать об оптических средствах коррекции зрения, их свойствах и о выгодах для покупателя. 	<ul style="list-style-type: none"> -Направление развития рынка медицинской оптики (мода, технологии); -основные торговые марки производителей медицинской оптики; -требования к обеспечению внутреннего контроля качества и безопасности медицинской деятельности.
ПК 2.6 Обеспечивать выполнение санитарно-эпидемиологических правил и нормативов при реализации средств коррекции зрения.	<ul style="list-style-type: none"> -Обеспечивать учет, дезинфекцию и контроль сроков годности пробных мягких контактных линз многократного использования и диагностических контактных линз; -оформлять направление пациентов на консультацию к врачу-офтальмологу и (или) врачу-специалисту; -направлять экстренное извещение о регистрации случая инфекционной (паразитарной) болезни в территориальный орган Роспотребнадзора, уполномоченный осуществлять федеральный государственный санитарно-эпидемиологический надзор. 	<ul style="list-style-type: none"> -Основы законодательства Российской Федерации о торговой деятельности; -государственные санитарно-эпидемиологические правила и гигиенические нормативы, профилактические и противоэпидемические мероприятия при выявлении инфекционного заболевания; -порядки оказания медицинской помощи, клинические рекомендации, стандарты медицинской помощи по профилю; -"офтальмология"; -правила оформления документации для направления пациента на консультацию к врачу офтальмологу и (или)

		<p>врачу специалисту;</p> <p>-правила обработки и дезинфекции мягких контактных линз;</p> <p>-средства для хранения, дезинфекции, очистки и промывания контактных линз;</p> <p>-требования к обеспечению внутреннего контроля качества и безопасности медицинской деятельности.</p>
<p>ПК 2.7 Оформлять необходимую документацию, в том числе товарно-денежный отчет, в электронном и письменном видах при реализации средств коррекции зрения.</p>	<p>-Ежедневно выводить сумму остатка оптических средств коррекции зрения и аксессуаров к ним на конец дня;</p> <p>-составлять акты на списание оптических средств коррекции зрения и аксессуаров к ним и услуги по изготовлению очков;</p> <p>-пользоваться компьютерными программами для учета оптических средств коррекции зрения и аксессуаров к ним в торговой точке;</p> <p>-формировать отчет на основании первичных учетных документов;</p> <p>-пользоваться программным обеспечением для оформления заказа покупателю;</p> <p>-пользоваться прибором для определения подлинности денежных купюр;</p> <p>-пользоваться терминалами и кассовыми аппаратами;</p> <p>-проверять качество изготовления индивидуальных очков;</p> <p>-пользоваться компьютерными программами для ведения учета оптических средств коррекции зрения и аксессуаров к ним в торговом зале;</p> <p>-оформлять накладные на возврат оптических средств коррекции зрения и аксессуаров к ним, акты возврата денежных средств.</p>	<p>-Внутренние организационно распорядительные документы экономического субъекта, регламентирующие правила учета товарно-материальных ценностей;</p> <p>-внутренние организационно распорядительные документы экономического субъекта, регламентирующие правила оформления накладных на оптические средства коррекции зрения и аксессуары к ним и услуги по изготовлению очков;</p> <p>-основы информатики и вычислительной техники;</p> <p>-основы законодательства Российской Федерации о торговой деятельности;</p> <p>-признаки подлинности денежных купюр;</p> <p>-правила проведения наличных и безналичных расчетов с покупателями;</p> <p>-внутренние организационно распорядительные документы экономического субъекта, регламентирующие способы защиты персональных данных.</p>
<p>ПК 2.8 Проводить инвентаризацию оптических средств коррекции зрения и аксессуаров к ним.</p>	<p>-Размещать оптические средства коррекции зрения и аксессуары к ним по номенклатуре в порядке, удобном для проведения инвентаризации;</p> <p>-определять отнесение сумм к расходу или приходу в случае неполного авансового платежа за заказ очков;</p>	<p>-Номенклатурное обозначение каждой единицы оптических средств коррекции зрения и аксессуаров к ним;</p> <p>-внутренние организационно распорядительные документы экономического субъекта,</p>

	<ul style="list-style-type: none">-заполнять инвентаризационную ведомость;-пользоваться современными приборами для считывания штрих кодов;-формировать товарно-денежный отчет.	<ul style="list-style-type: none">регламентирующие правила проведения инвентаризации;-внутренние организационно распорядительные документы экономического субъекта, регламентирующие понятие материальной ответственности;-правила оформления заказа на очки.
--	--	---

ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Матрица учебных заданий

№	Наименование темы	Вид контрольного задания
1	Тема 1.1 Миссия оптической организации	Самостоятельная работа: -поиск информации в сети Интернет, работа с книгой, лекционными материалами. Практическая работа: -опрос; -доклад.
2	Тема 1.2 Рынок оправ и солнцезащитных очков, очковых и контактных линз, оборудования. Рынок оптических товаров.	Самостоятельная работа: -поиск информации в сети Интернет, работа с книгой, лекционными материалами. Практическая работа: -опрос.
3	Тема 1.3 Реклама в оптическом салоне.	Самостоятельная работа: -поиск информации в сети Интернет, работа с книгой, лекционными материалами. Практическая работа: -опрос; -тестирование.
4	Тема 1.4 Мерчандайзинг.	Самостоятельная работа: -поиск информации в сети Интернет, работа с книгой, лекционными материалами. Практическая работа: -опрос; -доклад.
5	Тема 1.5 Визит клиента в оптическую организацию.	Самостоятельная работа: -поиск информации в сети Интернет, работа с книгой, лекционными материалами. Практическая работа: -опрос; -презентация.
6	Тема 2.1 Основы законодательства РФ, регулирующие медицинскую деятельность (медицинская оптика)	Самостоятельная работа: -поиск информации в сети Интернет, работа с книгой, лекционными материалами. Практическая работа: -опрос.
7	Тема 2.2 Требования к обеспечиванию внутреннего контроля качества и безопасности медицинской деятельности.	Самостоятельная работа: -поиск информации в сети Интернет, работа с книгой, лекционными материалами. Практическая работа: -презентация.

Описание оценочных процедур по программе профессионального модуля

ПМ.02 Оказание услуг по коммуникационно-маркетинговой деятельности

при подборе и реализации средств коррекции зрения

№	Наименование темы	Примерные вопросы к опросу
1	Тема 1.1 Миссия оптической организации	-Значимость оптического салона для потребителя; -Социальная роль оптического салона; -Понятие потребности клиента; -Иерархия потребностей человека; -Роль имиджа оптической организации при определении её конкурентоспособности; -Основные потребности и ожидания клиентов разных возрастных и социальных групп.
2	Тема 1.2 Рынок оправ и солнцезащитных очков, очковых и контактных линз, оборудования. Рынок оптических товаров.	-Структура и география рынка очковых линз; -Основные производители и торговые марки очковых линз; -Особенности российского рынка очковых линз, ведущие поставщики.
3	Тема 1.3 Реклама в оптическом салоне.	-Планирование рекламных акций; -Мероприятия по продвижению товаров: конкурсы, лотереи и пр.
4	Тема 1.4 Мерчандайзинг.	-Понятие мерчандайзинга. Основные правила и принципы мерчандайзинга; -Оформление витрины и выкладка товара в оптической организации; -Формат оптического магазина; -Трудовой договор и найм специалиста.
5	Тема 1.5 Визит клиента в оптическую организацию.	-Основные принципы общения с клиентом во время его посещения оптического салона; -Выявление потребностей; -Презентация товара. Консультирование клиента. -Перевод свойств товара в выгоды. -Этапы акта продажи (выяснение потребностей клиента, объявление и обоснование цены, составление сметы, выдача заказа); -Комплексные и дополнительные продажи; -Владение аргументацией при выборе средств коррекции зрения. Работа с возражениями; -Виды конфликтных ситуаций; -Выдача заказа покупателю. Документы при выдаче заказа. Оформление заказа на очки.
6	Тема 2.1 Основы законодательства РФ, регулирующие медицинскую деятельность (медицинская оптика)	-Система здравоохранения в РФ; -Уровни управления здравоохранением в РФ, их роль в оказании основных видов медицинской помощи; -Законодательство в сфере охраны здоровья.

Тема 1.1 Миссия оптической организации.

Темы докладов:

- 1) Выбор местоположения оптического салона.
- 2) Оценка конкурентов на рынке оптики.
- 3) Принцип формирования конкурентоспособного предложения.
- 4) Анализ направлений геомаркетинговой политики.

Тема 1.3 Реклама в оптическом салоне.

Контрольный тест:

№	Вопрос	Варианты ответов
1	На основании каких признаков формируется миссия оптического салона?	целевая группа;
		основные запросы клиентов;
		отличия от конкурентов;
		выбранная ниша.
2	Позиционирование оптического салона это:	комплекс инструментов и практик, с помощью которых бизнес устанавливает контакт с потенциальными покупателями и вовлекает их в рекламную кампанию, что бы отобразить ценность своего продукта и продать его;
		формирование образа бренда в воображении, восприятии, понимании целевой аудитории таким образом, чтобы бренд как можно более выгодно отличался от брендов конкурентов;
		привлечение, удовлетворение и удержание покупателей с целью получения прибыли и увеличения ценности организации.
3	Выберете фразы которые могут быть миссией оптического салона:	оказании качественных услуг в области офтальмологии и забота о здоровье населения;
		помочь каждому клиенту достичь высшей стадии свободы — творческого азарта;
		оптимизм, честность и прозрачность.
4	На основании каких факторов осуществляется выбор местоположения оптического салона:	равное соотношение проживающих в зоне охвата торговой точки мужчин и женщин;
		близость к другим крупным оптическим организациям;
		личные предпочтения руководителя бизнеса;
		плотность потенциальных клиентов;
		особенности людских и транспортных потоков.
5	Имеет ли значение при выборе местоположения оптического салона в крупном торговом центре этаж, на котором будет располагаться оптический салон?	да;
		нет.
6	Имеет ли значение при выборе	да;

	местоположения оптического салона наличие парковки и удобства подъезда?	нет.
7	Потребность — это?	<div>количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд;</div> <div>нужда, воплощенная в какую-то конкретную форму;</div> <div>товар, который способен удовлетворить нужду потребителя.</div>
8	Пронумеруйте потребности в соответствии с иерархией потребностей человека, где 1 – изначальные базовые потребности:	<div>самоактуализация и самовыражение;</div> <div>безопасность;</div> <div>физиологические потребности;</div> <div>любовь и дружба;</div> <div>уважение и признание.</div>
9	Что относится к основным потребностям большей части целевой аудитории клиентов пенсионного возраста эконом сегмента?	<div>модная оправа;</div> <div>престиж;</div> <div>демонстрация дохода;</div> <div>необходимость;</div> <div>удобство в эксплуатации;</div> <div>подчеркнуть свой статус.</div>
10	Отметьте, кто из ниже перечисленных групп может являться конкурентом оптического салона в одном из городов России.	<div>предлагающие подобный товар и услуги в той же ценовой зоне в городе;</div> <div>все продавцы такого же товара и услуг в городе;</div> <div>все фирмы предлагающие такой же товар и услуги, находящиеся в соседнем городе на расстоянии 20 км;</div> <div>все фирмы, удовлетворяющие одну и ту же нужду, находящиеся в вашем городе;</div> <div>предлагающие товары такого же назначения и находящиеся в вашем городе.</div>
11	Что означает конкурентоспособность товара:	<div>возможность товара быть проданным на рынке при наличии конкурирующих товаров;</div> <div>активная рекламная кампания по отношению к товару;</div> <div>реализация товара по относительно низкой цене;</div> <div>положительная реакция на товар во время опроса потенциальных потребителей.</div>
12	Известны следующие формы конкуренции:	<div>ценовая;</div> <div>неценовая;</div> <div>межотраслевая;</div> <div>монополистическая.</div>

Тема 1.4 Мерчандайзинг.

Темы докладов:

- 1) Понятие и значение спроса и предложения, глубины ассортимента, товарных групп.
- 2) Логистика склада.
- 3) Поиск и интервьюирование специалистов.
- 4) Система мотивации и обучения персонала в оптической организации.

Тема 1.5 Визит клиента в оптическую организацию.

Тема презентации:

- 1) Определение психологического типа покупателя.

Тема 2.2 Требования к обеспечению внутреннего контроля качества и безопасности медицинской деятельности.

Тема презентации:

- 1) Особенности организации и инструментарий оценки качества и безопасности по разделам (направлениям) медицинской деятельности.

Контрольные тесты по итогам курса

№	Вопрос	Варианты ответов
1	Какой из вопросов является открытым?	Вы раньше носили очки?
		Вы носили очки или контактные линзы?
		У Вас есть рецепт?
		Что Вас устраивает в предыдущих очках?
2	Каково первое впечатление клиента о нас при личной встрече?	10% - как мы говорили, 30% что мы говорили, 60% - как мы выглядим;
		10% - что мы говорили, 30% как мы говорили, 60% - как мы выглядим;
		10% - как мы выглядим, 30% - что мы говорили, 60% - как мы говорили;
		100% - что мы говорим.
3	Выберите верное утверждение для термина «выгода товара»:	выгода — это польза или удовольствие, которое клиент получает за счет наличия у продукта той или иной возможности;
		выгода — это то, чем располагает наш товар объективно;
		выгода — это только скидки;
		выгода — это свойства товара.
4	Процесс «технология продаж» это:	процесс выявления потребностей покупателя и удовлетворение их посредством наших товаров и услуг;
		процесс навязывания клиенту наших товаров;
		клиент сам определяет, что ему нужно;
		процесс манипулирования клиентом.

5	Что такое возражение клиента:	возражение — это нежелание покупать товар;
		возражение — это сопротивление чему-либо;
		возражение — это желание позлить продавца;
		возражение — это запрос потребителя на дополнительную информацию.
6	Работа с возражениями это:	спор с клиентом пока не убедил;
		утверждение, что клиент не прав;
		уточняющие вопросы;
		дополнительная информация для потребителя о выгодах продукта.
7	При правильной посадке оправы на лице клиента:	верхняя рамка оправы не выше бровей, нижняя рамка оправы не касается щек, оправа не спадает при наклоне головы вперед;
		ширина оправы больше расстояния между виском клиента;
		нижняя грань переносицы оправы лежит на носу клиента, не удерживается носопорами.
8	Презентация товара проводится на основе:	свойств товара;
		выявленных потребностей;
		интересных сведений обо всем;
		профессиональных терминов.
9	При выборе спортивной оправы клиентом — какие линзы можно предложить клиенту:	асферические;
		сферические большего диаметра;
		индивидуального дизайна;
		с большим показателем преломления.
10	Рассчитайте диаметр требуемых линз в оправу (расстояние в оправе — 76 мм, тах размер окошка — 58 мм, Dpp — 66 мм):	72 мм;
		80 мм;
		64 мм;
		70 мм.
11	В каких случаях обязательно размечается оправа?	по желанию клиента;
		нет таких случаев;
		очки для дали;
		очки с прогрессивными линзами.
12	При круглой форме лица предлагаем только:	круглые оправы;
		овальные оправы;
		прямоугольные оправы;
		оправы с восходящими косыми линиями.
13	При квадратной форме лица клиента предлагаем только:	оправы «капля»;
		овальные формы оправ умеренных размеров;

		квадратные оправы;
		крупные прямоугольные оправы.
14	Рецепт на очки: OD +1,5; OS +2,0 ADD 1,5; Dpp 31/32 Какие линзы вы предложите клиенту:	сферические линзы с повышенным коэффициентом преломления и две оправы (очки дали и близи);
		контактные линзы;
		офисные линзы и одну оправу;
		прогрессивные линзы и одну оправу.
15	Срок гарантий на вставку линз в оправу:	2 года;
		нет гарантии;
		6 месяцев;
		2 недели.

Перечень вопросов к зачету по дисциплине
ПМ.02 Оказание услуг по коммуникационно-маркетинговой деятельности
при подборе и реализации средств коррекции зрения
(заочная форма обучения)

1. Значимость оптического салона для потребителя.
2. Социальная роль оптического салона.
3. Понятие потребности клиента.
4. Иерархия потребностей человека.
5. Роль имиджа оптической организации при определении её конкурентоспособности.
6. Основные потребности и ожидания клиентов разных возрастных и социальных групп.
7. Структура и география рынка очковых линз.
8. Основные производители и торговые марки очковых линз.
9. Особенности российского рынка очковых линз, ведущие поставщики.
10. Планирование рекламных акций.
11. Мероприятия по продвижению товаров: конкурсы, лотереи и пр.
12. Основы законодательства об охране здоровья граждан Российской Федерации.
13. Основы законодательства о санитарно-эпидемиологическом благополучии населения.
14. Основы трудового законодательства Российской Федерации.
15. Основы законодательства Российской Федерации о защите персональных данных пациентов и сведений, составляющих врачебную тайну.
16. Соблюдение правил оказания платных медицинских услуг.
17. Соблюдение лицензионных требований, требований Роспотребнадзора, Пожарного надзора, Росздравнадзора.
18. Ответственность за нарушение законодательства.
19. Порядки оказания медицинской помощи.
20. Стандарты медицинской помощи.
21. Клинические рекомендации.
22. Требования к обеспечению качества и безопасности медицинской деятельности.
23. Должностные обязанности работников, находящихся в распоряжении персонала.
24. Ведение медицинской документации, в том числе в форме электронного документа.
25. Организация проведения мероприятий, осуществляемых в рамках внутреннего контроля качества и безопасности медицинской деятельности.