

**ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»**

СОГЛАСОВАНО



УТВЕРЖДАЮ

Директор ЧПОУ МТК
Гарагуля И.Г.

Приказ № 122 от «29» мая 2026 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**ПМ. 03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ
И КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ**

по специальности 38.02.08 «Торговое дело»

МДК.03.01 ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И
КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ

Квалификация:

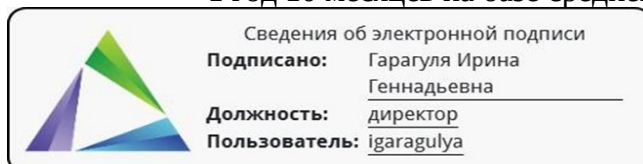
специалист торгового дела

Форма обучения: очная

Нормативный срок обучения:

2 года 10 месяцев на базе основного общего образования;

1 год 10 месяцев на базе среднего общего образования



Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 «Торговое дело».

Организация-разработчик: ЧПОУ «Многопрофильный технологический колледж»

Разработчик: Сельская Ольга Владимировна
(Фамилия, Имя, Отчество, должность, звание)

РАССМОТРЕНО

на заседании Педагогического совета

Протокол № 5

от «29» мая 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
МОДУЛЯ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 3	Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами
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	Составлять аналитические отчеты по продажам, в том числе с применением программных продуктов
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:

Владеть	- сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и
---------	--

навыками	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 для расширения клиентской базы; - вести и актуализировать базу данных клиентов; - формировать отчёты по клиентской базе; - анализировать деятельность конкурентов; - определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их; - планировать звонки, встречи, переговоры с клиентами; - устанавливать контакт с клиентом и предоставлять информацию о продуктах; - формировать коммерческие предложения и проводить презентации; - работать с возражениями и закрывать сделки; - фиксировать результаты преддоговорной работы и обеспечивать конфиденциальность; - оформлять и согласовывать договоры, следить за исполнением обязательств; - контролировать отгрузку и выдачу продукции клиенту;

	- урегулировать спорные вопросы и претензии; - соблюдать стандарты клиентоориентированности и баланс интересов; - разрабатывать и планировать объёмы продаж; - анализировать эффективность продаж и стимулирующих мероприятий; - разрабатывать мероприятия по удовлетворённости и лояльности клиентов; - систематизировать информацию о рынке, конкурентах и складских остатках; - проводить деловые переговоры и переписку с применением современных технических средств; - использовать программные продукты для работы с клиентами.
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.

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов 336,

в том числе в форме практической подготовки 238 часа.

Из них на освоение МДК – 216,

в том числе самостоятельная работа - 14,

практики, в том числе учебная 36 часов,

производственная 72 часа.

Промежуточная аттестация -12 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Всего	В том числе				Учебная	Производственная
					Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.	Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	216	130	216	130	X	14	6		
	Учебная практика	36	36						36	
	Производственная практика	72	72							72
	Промежуточная аттестация	12						12		
	Всего:	336	238	216	130	X	14	12	36	72

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
1	2	3
Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		324/238
МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		196/ 130
Тема 1.1. Формирование клиентской базы	Содержание	20/12
	1. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании.	8
	2. Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов.	
	3. Пути формирования клиентской базы	
	4. Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM).	
	5. Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России	
	В том числе практических занятий	12
	Практическое занятие 1-4. Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации	4
	Практическое занятие 5-7. Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров.	4
	Практическое занятие 8-9. Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности.	4
Тема 1.2. Организация и осуществление	Содержание	38/16
	1. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий	

преддоговорной и предпродажной работы	2.Методы планирования продаж: планирование «сверху вниз» (top-down planning), планирование «снизу-вверх» (bottom-up planning), планирование «цели вниз — план вверх» (goals down-plans up planning). Анализ «like to like»	12
	3. Установление контактов с поставщиками и клиентами посредством современных технических средств и цифровых технологий, с использованием телефонных переговоров и личных встреч. Подготовка и направление коммерческих предложений. Организация и правила проведения переговоров.	
	4. Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков.	
	5.Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине	
	6. Мерчандайзинг. понятие, правила и программы	
	7. 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.	
	8. Методика построения планограммы. Правила оформления ценников.	
	В том числе практических занятий	16
	Практическое занятие 10-11. Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.	2
	Практическое занятие 12-13. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении.	2
	Практическое занятие 14-15. Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж	2
	Практическое занятие 16-17. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов.	2
	Практическое занятие 18-19. Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов.	2
	Практическое занятие 20-21. Использование интернет-вещей для оптимизации торговых процессов.	2
	Практическое занятие 22-23. Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.	2

	Практическое занятие 24-25. Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов	2
Тема 1.3. Организация и осуществление продажи потребительских товаров	Содержание	22/16
	1. Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж.	6
	2. Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах	
	3. Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок	
	4. Подготовка и проведение презентаций потребительских товаров	
	В том числе практических занятий	16
	Практическое занятие 26-27. Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи	4
	Практическое занятие 28-30 Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей	6
Тема 1.4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации	Практическое занятие 31-33. Работа с возражениями в процессе продажи товаров	6
	Содержание	24/16
	1. Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. Бизнес-процессы и стандарты работы розничного магазина	8
	2. Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию	
	В том числе практических занятий	16
	Практическое занятие 34-35. Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации	4
	Практическое занятие 36-37. Продажа дополнительных услуг торгового предприятия	4
	Практическое занятие 38-39. Оказание содействия клиентам в процессе продажи	4
Тема 1.5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	Практическое занятие 40-41. Урегулирование спорных вопросов, претензий	4
	Содержание	32/22
	1. Позиционирование продукции организации на рынке	10
	2. Методы сегментирования рынка. Портрет клиента.	
	3. Методы стимулирования продаж	
	В том числе практических занятий	22
	Практическое занятие 42-45. Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж	8
	Практическое занятие 46-49. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж	8

	Практическое занятие 50-52. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж	6
Тема 1.6. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж	Содержание	26/20
	1. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов о продажах	6
	В том числе практических занятий	20
	Практическое занятие 53-55. Составление отчетной документации по продажам	6
	Практическое занятие 56-59. ABC, XYZ-анализ текущей клиентской базы.	8
	Практическое занятие 60-62. Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя – CRR, среднего дохода на покупателя – ARC)	6
Тема 1.7. Анализ и контроль состояния товарных запасов	Содержание	12/6
	1. Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль	6
	В том числе практических и лабораторных занятий	6
	Практическое занятие 63-65. Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости	6
Тема 1.8. Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов	Содержание	32/22
	1. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов	10
	В том числе практических занятий	22
	Практическое занятие 66-68. Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров.	6
	Практическое занятие 69-71. Разработка плана послепродажного обслуживания клиента	6
	Практическое занятие 72-76. Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия»	6
	Самостоятельная работа по изучению МДК	14
	Промежуточная аттестация (экзамен)	6
Учебная практика		36
Производственная практика Виды работ 1. Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы. Анализ эффективности управления портфелем клиентов с использованием цифровых и информационных технологий. 2. Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров. 3. Оформление витрин и выставок. 4. Проведение первичного мерчандайзинг- аудита розничных торговых объектов.		72

5. Подготовка презентации товара, выбор и обоснование метода завершения сделки. 6. Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов. 7. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж. 8. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и программ по повышению лояльности клиентов. 9. Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов. 10. Выполнение операций по контролю над состоянием товарных запасов. 11. Анализ товарных запасов с применением программных продуктов. 12. Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания	
Экзамен по модулю	12
Всего	336

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинеты «Автоматизация торгово-технологических процессов», «Эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда», оснащенные в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Мастерская «Учебный магазин», оснащенная в соответствии с п. 6.1.2.4 примерной образовательной программы по данной специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.5 примерной образовательной программы по специальности.

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы учебной дисциплины требует наличия электронной образовательной среды, учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета:

- классная доска;
- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебно-практическое оборудование, необходимое для проведения предусмотренных программой практических занятий.

Технические средства обучения:

- компьютеры с выходом в сеть Internet;
- сайт «Личная студия» с возможностью работы с электронным образовательным ресурсом;
- электронные библиотечные ресурсы.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

- методические указания по организации практических занятий;
- методические указания по самостоятельной работе.

Программное обеспечение

Программное обеспечение, являющееся частью электронной информационно-образовательной среды и базирующееся на телекоммуникационных технологиях:

- компьютерные обучающие программы;
- тренинговые и тестирующие программы;
- интеллектуальные роботизированные системы оценки качества выполненных работ.

Программа управления образовательным процессом в ЭИОС (Информационная технология. Программа управления образовательным процессом. КОМБАТ).

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники

1. Основы коммерческой деятельности : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 394 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16956-0. — Текст : электронный //

Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/584860> (дата обращения: 29.06.2026).

2. Жданова, Т. С. Технологии продаж : учебное пособие для бакалавров / Т. С. Жданова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2022. — 183 с. — ISBN 978-5-394-04607-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/137771.html>

Интернет-ресурсы

- справочно-правовая система «Консультант плюс», «Гарант»;
- электронно-библиотечная система (ЭБС) ЭБС «IPR SMART» <http://iprbookshop.ru>.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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.	Тестирование. Оценка результатов выполнения практических заданий. Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:
ПК 3.2	- 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	– на практических занятиях – при выполнении работ на различных этапах производственной практики; – при проведении экзаменов и дифференцированных зачетов по профессиональному модулю.

	документального оформления товара клиенту.	
ПК 3.3	- Опознает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; - Суммирует выгоды и предлагать план действий клиенту; - Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов.	
ПК 3.4	- Планирует объемы собственных продаж; - Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж; - Анализирует выполнения плана продаж.	
ПК 3.5	- Предлагает способы информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; - Применяет методы стимулирования клиентов на заключение сделки.	
ПК 3.6	- Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов	
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.	
ПК 3.8	- Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания; - Разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента.	
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).	
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.	
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.	

Формы контроля обучения:

- тестирование;
- дифференцированный зачет;
- экзамен;
- практические задания по работе с информацией, документами, литературой.

Формы оценки

Экзамен

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, последовательно, четко и логически стройно его излагает в письменной работе, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в работе материал различных научных и методических источников, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач билета.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его в письменной работе, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач письменного экзамена, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания

только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практического задания в билете.

Оценка *«неудовлетворительно»* выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала и не может грамотно изложить вопросы экзаменационного билета, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания.

Система стандартизированных заданий:

- от 0 до 49,9 % выполненных заданий – не удовлетворительно;
- от 50% до 69,9% - удовлетворительно;
- от 70% до 89,9% - хорошо;
- от 90% до 100%- отлично

Дифференцированный зачет:

Оценка *«отлично»* выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, последовательно, четко и логически стройно его излагает в письменной работе, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в работе материал различных научных и методических источников, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач билета.

Оценка *«хорошо»* выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его в письменной работе, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач письменного экзамена, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

Оценка *«удовлетворительно»* выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практического задания в билете.

Оценка *«неудовлетворительно»* выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала и не может грамотно изложить вопросы экзаменационного билета, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания.

Система стандартизированных заданий:

- от 0 до 49,9 % выполненных заданий – не удовлетворительно;
- от 50% до 69,9% - удовлетворительно;
- от 70% до 89,9% - хорошо;
- от 90% до 100% - отлично