**ФГБОУ ВО ЮУГМУ Минздрава России**

**медицинский колледж**

**Вопросы к дифференцированному зачёту**

**по ПП.02.01 «Оказание услуг по коммуникационно-маркетинговой деятельности при подборе и реализации средств коррекции зрения»**

**для обучающихся 1 курса специальности 31.02.04 «Медицинская оптика»**

1.Понятие позиционирования и миссии оптического салона.

2.Значимость оптического салона для потребителя.

3.Социальная роль оптического салона.

4.История развития рынка оптической коррекции зрения.

5.История развития отрасли оптической коррекции зрения в России.

6.Современная структура отрасли оптической коррекции зрения в мире и России.

1. Состояние рынка очковых линз, оправ, контактных линз;
2. Структура и география мирового рынка оправ и солнцезащитных очков.
3. Основные регионы и производители оправ и солнцезащитных очков.
4. Оптический рынок и модная индустрия: влияние моды и торговых марок на производство оправ и солнцезащитных очков.
5. Актуальные коллекции оправ и солнцезащитных очков.
6. Особенности российского рынка оправ и солнцезащитных очков, ведущие поставщики российского рынка.
7. Структура и география рынка очковых линз.
8. Основные производители и торговые марки очковых линз.
9. Особенности российского рынка очковых линз, ведущие поставщики.
10. Рынок потребителей, методики исследования поведения потребителей и спроса на товары и услуги;
11. Структура и география рынка контактных линз и средств по уходу.
12. Основные производители и торговые марки контактных линз и средств по уходу.
13. Особенности российского рынка контактных линз и средств по уходу, ведущие поставщики.
14. Структура и тенденции развития рынка оптического технологического оборудования.
15. Основные производители оптического технологического оборудования.
16. Особенности российского рынка оптического технологического оборудования, ведущие поставщики.
17. Виды средств массовой информации и связи с общественностью.
18. Реклама в печатных изданиях. Реклама на радио и ТВ. Реклама в Интернет.
19. Виды рекламных материалов.
20. Принципы размещения рекламы в оптическом салоне.
21. Предоставление различных групп товаров (линз, оправ, контактных линз) в рекламных материалах.
22. Особенности прямого маркетинга оптического салона.
23. Значение и использование информационных баз данных.
24. Планирование рекламных акций.
25. Мероприятия по продвижению товаров: конкурсы, лотереи и пр.
26. Понятие мерчандайзинга.
27. Основные правила и принципы мерчандайзинга.
28. Оформление витрины и выкладка товара в оптической организации.
29. Правовые основы профессиональной деятельности;
30. Понятие потребности клиента.
31. Иерархия потребностей человека.
32. Основные потребности и ожидания клиентов разных возрастных и социальных групп.
33. Основные принципы общения с клиентом во время его посещения оптического салона.
34. Определение психологического типа покупателя.
35. Выявление потребностей.
36. Презентация товара. Консультирование клиента.
37. Перевод свойств товара в выгоды.
38. Использовать эффективные коммуникации в профессиональной деятельности;
39. Этапы акта продажи (выяснение потребностей клиента, объявление и обоснование цены, составление сметы, выдача заказа).
40. Комплексные и дополнительные продажи.
41. Владение аргументацией при выборе средств коррекции зрения.
42. Работа с возражениями. Виды конфликтных ситуаций.
43. Оформление заказа на очки. Выдача заказа покупателю. Документы при выдаче заказа.
44. Сравнительные характеристики очковых и контактных линз различных производителей;
45. Коллекции очковых оправ.
46. Понятие имиджелогии.
47. Историческая роль очков в создании имиджа.
48. Современная роль очков в создании социального и психологического имиджа с точки зрения модных тенденций.
49. Основы законодательства об охране здоровья граждан Российской федерации
50. Основы законодательства о санитарно-эпидемиологическом благополучии населения
51. Основы трудового законодательства РФ.
52. Основы законодательства Российской Федерации о защите персональных данных пациентов и сведений, составляющих врачебную тайну.
53. Соблюдение правил оказания платных медицинских услуг
54. Соблюдение лицензионных требований, требований Роспотребнадзора, Пожарного надзора, Росздравнадзора
55. Ответственность за нарушение законодательства.
56. Порядки оказания медицинской помощи. Стандарты медицинской помощи. Клинические рекомендации.

**Практические навыки**

1. Прием оптических средств коррекции зрения и аксессуаров к ним в торговом зале
2. Оформление ценников на оптические средства коррекции зрения и аксессуары к ним
3. Проверка наличия сопровождающих документов на оптические средства коррекции зрения и аксессуары к ним
4. Визуальная проверка качества оптических средств коррекции зрения и аксессуаров к ним для продажи
5. Подготовка и очистка торгового оборудования и оптических средств коррекции зрения и аксессуаров к ним в торговом зале
6. Размещение для хранения упаковок оптических средств коррекции зрения и аксессуаров к ним
7. Встреча и выявление потребностей покупателя
8. Консультирование покупателя о назначении очков и контактных линз
9. Консультирование покупателя о новых тенденциях оптической моды (оправы и солнцезащитные очки)
10. Консультирование покупателя о правилах пользования очками
11. Консультирование покупателя о правилах пользования контактными линзами
12. Проверка параметров привычных очков покупателя с помощью оптических приборов
13. Предложение покупателю вариантов оправ в соответствии с антропологическими показателями лица и головы покупателя
14. Представление покупателю различных видов линз и оптических покрытий (фотохромные линзы и покрытия, окраска и степень затемнения линз)
15. Разметка оправы под различные виды линз
16. Расчет оправы под минимально возможный диаметр линз
17. Сравнение с посадкой предыдущей оправы на лице покупателя, выправка оправы