

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/51195>

**Тип работы:** Отчет по практике

**Предмет:** Медицина

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА 3

ОПРЕДЕЛЕНИЯ 4

ВВЕДЕНИЕ 6

ГЛАВА 1. СОСТОЯНИЕ РЫНКА СРЕДСТВ КОРРЕКЦИИ ЗРЕНИЯ 8

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1 11

ГЛАВА 2. РАБОТА КОНСУЛЬТАНТА САЛОНА ОПТИКИ 12

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2 15

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 16

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 17

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

Очки, оправа, линзы, коррекция нарушений зрения, оптика, презентация, консультирование, товар.

ОПРЕДЕЛЕНИЯ

В настоящей работе применяют следующие термины с соответствующими определениями.

Аккомодация – способность глаза автоматически увеличивать свою оптическую силу для обеспечения четкого зрения вблизи.

Анизометропия – неодинаковая сила зрения обоих глаз. Для достижения хорошего зрения обоими глазами необходима коррекция линзами разной оптической силы.

Бифокальные линзы – очковые линзы, имеющие две оптические зоны. Нижняя зона (сегмент) предназначена для зрения вблизи, верхняя – для зрения на больших расстояниях.

Гиперметропия (дальнозоркость) – дефект зрения, при котором световые лучи, идущие от удаленных объектов, (без напряжения аккомодации) фокусируются не на сетчатке, а за ней.

Диоптрия – единица измерения оптической силы линзы (краткое обозначение – дптр или D). Линза силой 1 дптр собирает параллельный пучок света в точку (фокус), удаленную от нее на расстояние 1 м.

Заушник – элемент оправы для очков в виде дужки, уходящей от очковых линз к ушам и служащий для крепления очков на лице.

Линза – оптическое устройство, применяемое для коррекции зрительных дефектов (миопии, гиперметропии и др.) и/или для решения других связанных со зрением проблем (например, защиты глаз от слишком яркого солнечного света, от ультрафиолетового излучения, от попадания инородных тел и др.).

Мультифокальные очковые линзы – линзы, у которых более 2-х оптических зон.

Полезный диаметр линзы – максимальный диаметр окружности, в пределах которой находятся допустимые дефекты – децентрация, пузыри, точки, царапины, сколы.

Сферические линзы – линзы, имеющие форму сферы. У сферических очковых линз обе поверхности сферические. Когда говорят о сферических контактных линзах, то имеют в виду, что у этих контактных линз сферическая передняя поверхность. Сферические линзы – самый распространенный тип линз.

Эмметропия – нормальное зрение, при котором световые лучи правильно фокусируются на сетчатке.

ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день проблемы со зрением возникают у каждого четвертого жителя нашей страны.

Возрастающая компьютеризация, постоянное использование экранов мобильных телефонов, планшетов, электронных позволяют предположить, что количество нуждающихся в коррекции зрения будет только расти.

Это обусловлено развитием патологии органов зрения в детском и пожилом возрасте, большими

зрительными нагрузками у людей трудоспособного возраста, нарушением рефракции глаза в пожилом и старческом возрасте. Правильный подбор средств коррекции зрения во многом определяет состояние здоровья и работоспособность населения.

Очки, которые долгое время были только инструментом коррекции зрения, сегодня стали неотъемлемым атрибутом стиля, что в значительной мере увеличивает число потенциальных клиентов салонов оптики. Демографические данные свидетельствуют о значительном «постарении» населения России, что вместе с увеличением продолжительности жизни способствует увеличению количества людей в возрасте от 40 лет и выше, нуждающихся в коррекции зрения. По данным статистики большинство людей после 40-45 лет становятся клиентами магазина оптики.

Молодежь в настоящее время не только более внимательно относится к своему здоровью, но и активно отслеживает модные тенденции. Именно молодые, обеспеченные и образованные клиенты в настоящий момент становятся основными потребителями мягких контактных линз.

Функция салона оптики – подбор, продажа очков и линз, а также консультирование клиентов в подборе средств коррекции зрения.

По статистике жители Европы и Америки меняют очки примерно каждые полгода – год, россияне же посещают салоны оптики в среднем раз в четыре года. Особенности менталитета российских граждан, не позволяющего платить высокую цену за качественную оправу и линзы, сделанные по заказу, требует тщательной и кропотливой работы по консультированию таких клиентов в подборе оправ и линз. Таким образом, средства защиты и коррекции зрения являются весьма актуальными и пользуются большим спросом среди населения. Все это определяет теоретическую и практическую значимость работы.

Целью работы является анализ коммуникационно-маркетинговой деятельности при подборе средств коррекции зрения.

В рамках поставленной цели решаются следующие задачи:

- Изучить значение салона оптики как вида бизнеса,
- изучить маркетинговые методы салона оптики.

Работа изложена на 20 страницах, содержит введение, две главы, выводы по каждой главе, заключение, список использованных источников в количестве 20.

## ГЛАВА 1. СОСТОЯНИЕ РЫНКА СРЕДСТВ КОРРЕКЦИИ ЗРЕНИЯ

По результатам многочисленных маркетинговых исследований в настоящее время почти каждый пятый житель нашей страны вынужден постоянно или периодически пользоваться средствами коррекции зрения. Почти 10% населения крупных городов регулярно ежегодно посещает врача-офтальмолога с целью проверки зрения и подбора лекарственных препаратов или адекватных средств коррекции. Подбор и изготовление качественных средств коррекции зрения требует наличия профессиональных салонов оптики, которые могут предложить полноценный набор услуг и товаров. В последнее время этот рынок растет достаточно быстрыми темпами, демонстрируя ежегодный прирост 1-2%.

Профессиональный салон оптики не только осуществляет продажу непосредственно средств коррекции (очки, линзы), но и предлагает квалифицированную медицинскую помощь своим клиентам: консультации офтальмолога, индивидуальный подбор средств коррекции, комплексное обследование, проверка зрения, подбор сопутствующих материалов и лекарственных средств, необходимых клиентам с нарушениями зрения. В перечень услуг такого салона часто входит сервис по доставке заказов клиентам, ведение истории болезни и назначенных средств коррекции. Таким образом, профессиональный салон оптики является местом получения клиентами квалифицированной медицинской консультации по вопросам коррекции зрения. Как правило, салоны оптики имеют основные специализации по средствам коррекции:

- Средства бесконтактной коррекции (очки),
- Средства контактной коррекции (линзы).

На российском рынке наиболее известны следующие производители средств коррекции зрения Cooper Vision, Johnson & Johnson (Великобритания); Bausch & Lomb, Karl Zeiss Corning Incorporated (США).

Объем производства российской очковой оптики в последние годы возрастает. В первую очередь, это обусловлено усилением и расширением деятельности специализированных производств. На рынке продукция российских производителей сегодня составляет 20-25%.

По данным мировой статистики, полноценный Салон оптики необходим на каждые 30.000 жителей населенного пункта.

В целом, эксперты прогнозируют, что через 10 -15 лет уже более 2,5 млрд. человек из 7-ми миллиардного

населения Земли будет нуждаться в коррекции зрения.

Это позволяет планировать рост доходов от продажи средств коррекции зрения: регулярно обращаться помощью будут 35% людей, включая аборигенов Африки, Азии и Южной Америки. Очевидно, что среди городского населения развитых стран этот процент будет гораздо выше.

Рынок очковой оптики в России в настоящее время представляет собой один из наиболее динамично развивающихся коммерческих секторов медицины. Емкость мирового рынка оптики оценивается в 800 - 850 млн. штук, что составляет 7-8 млрд. евро. Ежегодно прирост рынка составляет 10-15%.

Одной из ключевых тенденций современного российского рынка средств коррекции зрения является постепенное продвижение к предложению потребителю продукции значительно более высокого качества, которая

Основные источники:

1. Акулич И.Л. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Акулич И.Л.— Электрон. тек-стовые данные.— Минск: Высшая школа, 2014.— 544 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35493>.— ЭБС «IPRbooks».
2. Дьякова Т.М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дьякова Т.М.— Элек-трон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2014.— 162 с.— Режим до-ступа: <http://www.iprbookshop.ru/21548>.— ЭБС «IPRbooks».
3. Методическое пособие для оптика - мастера. Технологии изготовления очков. ООО «БМГ», 2016.-146с.
4. Орлова Н.С., Осипов Г.И. Коррекция зрения: учебное пособие /Н.С. Орлова, Г.И. Оси-пов. - 3-е изд., перераб. и доп. - Новосибирск: Сибмедиздат НГМУ. 2014. - 232с.
5. Поля зрения [Электронный ресурс]: учебное пособие/ А.А. Апрельев [и др.]— Электрон. текстовые данные.— Оренбург: Оренбургская государственная медицинская академия, 2014.— 88 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51480>.— ЭБС «IPRbooks»
6. Эндрю Р.Э., Хелена Дж. Ф., Майкл Дж. Г. Клиническая оптика для офтальмолога и оптометриста [Текст ] / Эндрю Р.Элкингтон, Хелена Дж. Фрэнк, Майкл Дж. Грини; пер. с англ. Н.С. Новикова, Ю.Н. Родионова, А.В. Шкарова. - 3-е изд., доп. - СПб: РА «Веко», 2014. - 276с

Дополнительные источники:

1. Бердников И.П. PR-Коммуникации (2-е издание) [Электронный ресурс]: практическое пособие/ Бердников И.П., Стрижова А.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 208 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57028>.— ЭБС «IPRbooks».
2. Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент (3-е издание) [Электронный ре-сурс]: учебное пособие/ Дробышева Л.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 150 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24845>.— ЭБС «IPRbooks».
3. Комлев Е.Б. Актуальные проблемы маркетинга [Электронный ресурс]: курс лекций/ Комлев Е.Б.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский гуманитарный универси-тет, 2014.— 130 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39675>.— ЭБС «IPRbooks».
4. Носенко И.А. Основы оптометрии: практикум/ И.А. Носенко.- Ростов н/Д: Феникс, 2015.-141с. (Библиотека практикующего врача).
5. Орлова Н.С., Осипов Г.И. Коррекция зрения: учебное пособие /Н.С. Орлова, Г.И. Оси-пов. - 3-е изд., перераб. и доп. - Новосибирск: Сибмедиздат НГМУ. 2014. - 232с.
6. Рубан Э.Д. Глазные болезни: новейший справочник/Э.Д. Рубан.- Ростов н/Д:Феникс, 2016.-622с. (среднее медицинское образование).
7. Сергиенко Н.М. Офтальмологическая оптика /Сергиенко Н.М. - Киев: Кафедра офталь-мологии НМАПО им. П.Л. Шупика, 2015. - 264с.
8. Тупик Н.В. Оптико-электронные приборы и системы [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Тупик Н.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2013.— 217 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/13017>.— ЭБС «IPRbooks».
9. Филип Котлер Маркетинг от А до Я [Электронный ресурс]: 80 концепций, которые дол-жен знать каждый менеджер/ Филип Котлер— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпи-на Паблишер, 2016.— 211 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43688>.— ЭБС «IPRbooks».
10. Щукин Ф.М. Роль цветового зрения в академической живописи [Электронный ресурс]: методические указания/ Щукин Ф.М.— Электрон. текстовые данные.— Оренбург: Орен-бургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2013.— 35 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21669>.— ЭБС «IPRbooks».

Интернет –ресурсы:

1. <http://www.edu.ru>. Российское образование. Федеральный образовательный портал.
2. «Консультант Плюс:Версия Проф», содержащей более 32 тысяч нормативных актов Российской Федерации. <http://www.vadimstepanov.ru/library/special.htm>.

Журналы и справочники:

1. Оптика для профессионалов. Очковая и контактная коррекция зрения./Справочник. Вестник оптометрии, 2016.-65с [optometry.ru](http://optometry.ru).
2. Здоровоохранение Российской Федерации Изд-во: Медицина. Год основания журнала:1957 Страна: Россия Город: Моск<http://www.iprbookshop.ru/48791.html>.
3. Российский медицинский журнал. Издательство:Медицина. Год основания журнала:1995Страна:РоссияГород:Москва <http://www.iprbookshop.ru/?&accessDenied>.
4. Журнал «Современная оптометрия» ООО»РА «Веко» Санкт-Петербург <http://st-petersburg.catalogy.ru/firms/www.veko.ru.htm>1.Акулич И.Л. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Акулич И.Л.— Электрон. тек-стовые данные.— Минск: Высшая школа, 2014.— 544 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35493>.— ЭБС «IPRbooks».

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/51195>*