

УТВЕРЖДАЮ  
 Декан факультета

\_\_\_\_\_  
 (подпись) Шматко А.Д.  
 ФИО  
 «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Направление/специальность подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Специализация/профиль/программа подготовки	Реклама и связи с общественностью в политике и государственном управлении
Уровень высшего образования	Бакалавриат
Форма обучения	Очная
Факультет	Р Международного промышленного менеджмента и коммуникации
Выпускающая кафедра	Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ
Кафедра-разработчик рабочей программы	Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ

КУРС	СЕМЕСТР	ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ (ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ)	ЧАСЫ (по наличию видов занятий)									ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ
			ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ	АУДИТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ				САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА				
				ВСЕГО	ЛЕКЦИИ	ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ	ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	ВСЕГО	КУРСОВОЙ ПРОЕКТ	КУРСОВАЯ РАБОТА	ДРУГИЕ ВИДЫ САМОСТ. РАБОТЫ	
4	7	5	180	68	34	0	34	112	0	0	112	ЭКЗ.

*ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА СОСТАВЛЕНА В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ ФЕДЕРАЛЬНОГО  
ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (ФГОС ВО)**

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

год набора группы: 2025

Программу составил:

Кафедра Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ  
ПРОИЗВОДСТВОМ \_\_\_\_\_

Сорокина Елена Владимировна, к.полит.н., доцент, доцент

Программа рассмотрена

на заседании кафедры-разработчика

рабочей программы **Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ**

Заведующий кафедрой Ивченко Б.П., д.т.н., проф. \_\_\_\_\_

Программа рассмотрена

на заседании выпускающей кафедры

**Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ**

Заведующий кафедрой Ивченко Б.П., д.т.н., проф. \_\_\_\_\_

# **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

## **Разделы рабочей программы**

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## **Приложения к рабочей программе дисциплины**

- Приложение 1. Аннотация рабочей программы
- Приложение 2. Технологии и формы обучения
- Приложение 3. Фонды оценочных средств

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ПК-1.3 — Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

Формированию компетенций служит достижение следующих результатов образования:

### **ПК-1.3**

*знания:*

- нормативно-правовую основу организации выставок;
- словарь профессиональных терминов специалиста в области выставочной деятельности;
- теоретико-методологические аспекты выставочной деятельности;

*умения:*

- разрабатывать маркетинговый план выставки;
- рассчитывать эффективность выставки (коммуникативную и экономическую);
- формулировать цели и задачи выставки технологии, PR-технологии;
- разрабатывать уникальное торговое предложение;
- разрабатывать рекламные материалы;
- использовать маркетинговые коммуникации;
- анализировать конъюнктуру товарного рынка;
- разрабатывать выставочный дизайн: стенда, выставочного пространства, рекламных носителей;

*навыки:*

- навыками разработки проектной документации;
- владеть практическими профессиональными навыками при разработке выставочного проекта;
- владеть методами реализации проекта.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина **ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ** является дисциплиной **части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1**, программы подготовки по направлению *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*.

Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплин: **ЭКОНОМИКА**.

Содержание дисциплины является основой для освоения дисциплин: **СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ, ТЕХНОЛОГИИ УРЕГУЛИРОВАНИЯ КОНФЛИКТОВ**.

Предварительные компетенции, сформированные у обучающегося до начала изучения дисциплины:

- УК-2 — Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
- УК-9 — Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 з.е., 180 ч.

#### 3.1. Содержание (дидактика) дисциплины

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		ПК-1.3
4	7	<b>Раздел 1. Технология выставочной деятельности.</b> 1.1. Исторические аспекты выставочной деятельности. Понятие выставки. 1.2. Основные виды и типы выставок. 1.3. Организация выставочного пространства. 1.4. Фирменный стиль выставки. 1.5. Определение основных параметров.	80	30	15	15	50	50
4	7	<b>Раздел 2. Организация и проведение выставки.</b> 2.1. Выставочный маркетинг. 2.2. Информационная поддержка выставки. 2.3. Основные виды мероприятий на выставке. 2.4. Характеристика рекламных средств. 2.5. Экономические аспекты выставочной деятельности. 2.6. Методологические подходы к организационному процессу подготовки и участия в выставочно-ярмарочном мероприятии. 2.7. Оценка эффективности выставки.	100	38	19	19	62	50
<b>Всего за 7 семестр</b>			180	68	34	34	112	100
<b>Всего по дисциплине</b>			180	68	34	34	112	100

#### 3.2. Аудиторный практикум

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Тема практического занятия	Объем, ауд. часов
1	Раздел 1. Технология выставочной деятельности.	1.1. Исторические аспекты выставочной деятельности.	3
2		1.2. Основные виды и типы выставок.	3
3		1.3. Организация выставочного пространства.	3
4		1.4. Фирменный стиль выставки.	3
5		1.5. Определение основных параметров.	3
6	Раздел 2. Организация и проведение выставки.	2.7. Оценка эффективности выставки.	3
7		2.2. Информационная поддержка выставки.	2
8		2.3. Основные виды мероприятий на выставке.	3
9		2.1. Выставочный маркетинг.	2
10		2.4. Характеристика рекламных средств.	3
11		2.5. Экономические аспекты выставочной деятельности.	3
12		2.6. Методологические подходы к организационному процессу подготовки и участия в выставочно-ярмарочном мероприятии.	3
Всего за 7 семестр			34

#### 3.3. Самостоятельная работа студента (СРС)

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Содержание учебного задания	Объем, часов
1	Раздел 1. Технология выставочной деятельности.	Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Исторические аспекты выставочной деятельности». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	10
2		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Основные виды и типы выставок». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	10
3		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Организация выставочного пространства». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	10
4		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Фирменный	10

		стиль выставки». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	
5	Раздел 2. Организация и проведение выставки.	Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Определение основных параметров». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 1.	10
6		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Выставочный маркетинг». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	8
7		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Информационная поддержка выставки». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	8
8		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Основные виды мероприятий на выставке». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	9
9		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Характеристика рекламных средств». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	9
10		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Экономические аспекты выставочной деятельности». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	9
11		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Методологические подходы к организационному процессу подготовки и участия в выставочно-ярмарочном мероприятии». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	9
12		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Оценка эффективности выставки». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 2. Подготовка к экзамену.	10
Всего за 7 семестр			112

#### 4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

СЕМЕСТР	НЕДЕЛИ СЕМЕСТРА																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
7					Докл	ДР			Докл	ДР					Докл	ДР	Тест

Условные обозначения:

- ДР – диагностическая работа;
- Докл – доклад;
- Тест – тест.

**Текущий контроль успеваемости** студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- доклад;
- тест.

**Промежуточная аттестация** проводится в формах:

- экзамен.

## 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Основная литература по дисциплине:

1. В. И. Фомичёв. . Выставочное дело. Москва: Юрайт, 2022, эл. рес.
2. Л. К. Комарова. . Основы выставочной деятельности. Москва: Юрайт, 2022, эл. рес.
3. М. Г. Гогугдзе, Е. В. Сорокина, Е. А. Черкасова. . Основы PR-технологий. СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2021, 47 экз.

### 5.2. Дополнительная литература по дисциплине:

не требуется.

### 5.3. Периодические издания:

не требуются.

### 5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины, электронные библиотечные системы:

1. <https://urait.ru/> — Образовательная платформа «Юрайт». Для вузов и ссузов..

### Современные профессиональные базы данных:

1. <https://rusneb.ru> – Национальная электронная библиотека (НЭБ);
2. <https://cyberleninka.ru/> - Научная электронная библиотека «Киберленинка»;  
<http://www.rfbr.ru/rffi/ru/library> - Полнотекстовая электронная библиотека Российского фонда фундаментальных исследований.

### Информационные справочные системы:

1. Техэксперт – Информационный портал технического регулирования: Нормы, правила, стандарты РФ;
2. [http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com\\_irbis&view=irbis&Itemid=457](http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=457) - БД ГОСТов собственной генерации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова;
3. <http://www.consultant.ru/>- КонсультантПлюс- информационный портал правовой информации.

### 5.5. Программное обеспечение:

не требуется.

### 5.6. Информационные технологии:

взаимодействие с обучающимися посредством ЭИОС Moodle БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова.



## **6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1. Лекционные занятия:**

специализированные требования по оборудованию отсутствуют; аудитория с посадочными местами по количеству студентов; доска.

### **6.2. Практические занятия:**

1. Проектор;
2. Аудитория с числом посадочных мест не меньше количества обучающихся.

### **6.3. Прочее:**

1. рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет;
2. рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

### Аннотация рабочей программы

Дисциплина **ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ** является дисциплиной **части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1**, программы подготовки по направлению 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*. Дисциплина реализуется на факультете Р Международного промышленного менеджмента и коммуникации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д.Ф. Устинова кафедрой Р4 **ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ**.

Дисциплина нацелена на формирование *компетенций*:

ПК-1.3 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с определением цели и задач выставки; разработкой маркетингового плана выставки, Уникального торгового предложения, рекламных материалов, выставочного дизайна: стенда, выставочного пространства, рекламных носителей; расчетом эффективности выставки (коммуникативной и экономической).

Программой дисциплины предусмотрены следующие **виды контроля**:

**Текущий контроль успеваемости** студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- доклад;
- тест.

**Промежуточная аттестация** проводится в формах:

- экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 з.е., **180 ч**. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия (**34 ч.**), практические занятия (**34 ч.**), самостоятельная работа студента (**112 ч**).

## ТЕХНОЛОГИИ И ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

### Рекомендации по освоению дисциплины для студента

Трудоемкость освоения дисциплины составляет 180 ч., из них 68 ч. аудиторных занятий, и 112 ч., отведенных на самостоятельную работу студента.

Рекомендации по распределению учебного времени по видам самостоятельной работы и разделам дисциплины приведены в таблице.

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о текущем, рубежном контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Формы контроля и критерии оценивания приведены в приложении 3 к Рабочей программе.

Наименование работы	Рекомендуемая литература	Трудоемкость, час.
Раздел 1. Технология выставочной деятельности.		
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Исторические аспекты выставочной деятельности». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	М. Г. Гогуадзе, Е. В. Сорокина, Е. А. Черкасова. . Основы PR-технологий: СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2021 (1) Л. К. Комарова. . Основы выставочной деятельности: Москва: Юрайт, 2022 (1)	10
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Основные виды и типы выставок». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.		10
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Организация выставочного пространства». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.		10
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Фирменный стиль выставки». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.		10
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Определение основных параметров». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 1.		10
Итого по разделу 1		50
Раздел 2. Организация и проведение выставки.		
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Выставочный маркетинг». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	В. И. Фомичёв. . Выставочное дело: Москва: Юрайт, 2022 (3)	8
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Информационная поддержка выставки». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.		8
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Основные виды мероприятий на выставке». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.		9
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Характеристика рекламных средств». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.		9
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Экономические аспекты выставочной деятельности». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.		9
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Методологические подходы к организационному процессу подготовки и участия в выставочно-		9

ярмарочном мероприятии». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.		
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Оценка эффективности выставки». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 2. Подготовка к экзамену.		10
Итого по разделу 2		62

## ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств, позволяющие оценить результаты обучения по данной дисциплине, включают в себя:

- диагностическая работа
- доклад;
- тест;
- экзамен.

### Критерии оценивания

#### Диагностическая работа

Диагностическая работа проводится в форме теста в ЭИОС Moodle:

- при правильном ответе менее чем на 60% вопросов - не аттестация;
- при правильном ответе на 60% вопросов и более - аттестация.

#### Доклад

1. Выставка как интегрирующий элемент рекламно-информационной деятельности.
2. Выставка как инструмент маркетинга.
3. Современные тенденции на мировом рынке выставочных услуг.
4. Сущность и содержание выставочной деятельности.
5. Выставка как инструмент исследования рынка: сбор и анализ статистических данных выставки.
6. Организация и построение современной выставочной экспозиции.
7. Особенности бюджетирования выставочного проекта.
8. Технологии рекламы и продвижение выставочного проекта.
9. Роль рекламной кампании в выставочной деятельности.
10. Основные направления коммуникационной политике компаний в подготовке участия в выставке.
11. Интернет в продвижении и реализации выставочного проекта.
12. Прямой маркетинг в организации выставочной деятельности.
13. Роль СМИ в организации PR-деятельности.
14. Формирование коммерческого имиджа и образа фирмы.
15. Работа с профессиональными и общественными отраслевыми объединениями.
16. Государственная поддержка выставки.
17. Специальные мероприятия в выставочном проекте.
18. Оценка эффективности выставочной деятельности организации.
19. Факторы партнерского участия СМИ в выставке и формы партнерства со СМИ.
20. Спонсорство на выставке.
21. Управление выставочным продуктом.
22. Программа коммуникаций и место выставки в жизненном цикле продукта.

Для получения положительной оценки доклад должен отвечать следующим условиям:

- соответствие содержания заявленной теме, отсутствие в тексте отступлений от темы;
- соответствие целям и задачам дисциплины;
- постановка проблемы, корректное изложение смысла основных научных идей, их теоретическое обоснование и объяснение;
- логичность и последовательность в изложении материала;
- способность к работе с литературными источниками, Интернет-ресурсами, справочной и энциклопедической литературой;
- объем исследованной литературы и других источников информации;
- способность к анализу и обобщению информационного материала, степень полноты обзора состояния вопроса;
- умение извлекать информацию, соответствующую поставленной цели, и перераспределять информацию;
- навыки планирования и управления временем при выполнении работы;
- обоснованность выводов;
- правильность оформления (соответствие стандарту, структурная упорядоченность, ссылки, цитаты, таблицы и т.д.);

- соблюдение объема, шрифтов, интервалов (соответствие оформления правилам компьютерного набора текста).

### **Тест**

1. Основным средством для проведения выставок является:
2. К существенным признакам выставки относится:  
А) публичность;  
Б) пространственный характер;  
В) наличие юридически оформленной организации выставочной деятельности;  
Г) предметное наполнение.
3. Перечислите основные функции выставок:
4. Продолжительность среднесрочных выставок исчисляется периодами действия:  
А) до десяти или пятнадцати лет;  
Б) до шести месяцев;  
В) до пяти лет или одного года;  
Г) до двух лет.
5. Продолжительность краткосрочных выставок исчисляется периодами действия:  
А) до нескольких месяцев, дней или часов;  
Б) до года;  
В) до нескольких лет;  
Г) один день.

### **Экзамен**

При сдаче экзамена, обучающийся выполняет итоговое тестирование по дисциплине. Тестовое задания в полном объеме размещено в фондах оценочных средств.

Отлично 81-100

Хорошо 61-80

Удовлетворительно 41-60

Неудовлетворительно менее 40

Паспорт фонда оценочных средств

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %	НАИМЕНОВАНИЕ ОЦЕНОЧНОГО СРЕДСТВА
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		ПК-1.3	
4	7	Раздел 1. Технология выставочной деятельности.	80	30	15	15	50	50	Доклад
4	7	Раздел 2. Организация и проведение выставки.	100	38	19	19	62	50	Тест, Доклад
Всего за 7 семестр			180	68	34	34	112	100	
Всего по дисциплине			180	68	34	34	112	100	

## **Оценочные материалы по дисциплине ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

### ***ПК-1.3 - Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций***

- № 1 Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа  
Что является основной целью выставочной деятельности?
- a) Продажа товаров посетителям выставки
  - b) Демонстрация достижений компаний и привлечение потенциальных клиентов
  - c) Организация развлекательных мероприятий
  - d) Повышение квалификации сотрудников организаций-участников
- № 2 Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа  
Какой элемент экспозиции позволяет создать целостное впечатление от участия компании в выставке?
- a) Рекламная полиграфия
  - b) Оформление стенда
  - c) Персонал компании-стендовик
  - d) Бесплатные сувениры
- № 3 Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов  
Какие цели преследуют организаторы выставок, используя современные технологии?
- a) Увеличение числа участников выставки
  - b) Улучшение информирования целевой аудитории
  - c) Привлечение спонсоров и инвесторов
  - d) Создание комфортного пространства для общения и переговоров
- № 4 Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов  
К факторам, влияющим на выбор места расположения стенда на выставке, относятся:
- a) Площадь помещения и конфигурация зала
  - b) Положение относительно входа и основных маршрутов движения посетителей
  - c) Цветовая гамма стенда и наличие ярких элементов
  - d) Наличие бесплатного кофе и чая около стенда
- № 5 Прочитайте текст и установите последовательность  
Расположите этапы планирования выставочной деятельности в правильном порядке:
- a) Предварительный маркетинговый анализ рынка и целевой аудитории
  - b) Подбор подходящего выставочного комплекса и резервирование стенда
  - c) Проектирование и строительство самого стенда
  - d) Проведение предвыставочной рекламы и PR-компаний
- № 6 Прочитайте текст и установите последовательность



Опишите правильную последовательность шагов при подготовке проекта выставочного стенда:

- a) Анализ бюджета и финансовых ограничений
- b) Консультации с дизайнерами и архитекторами для разработки макета стенда
- c) Утверждение общего концепта и согласование сроков строительства
- d) Запуск процесса производства необходимых конструкций и декоративных элементов

№ 7 Прочитайте текст и установите соответствие

Соотнесите виды рекламных инструментов с целями их использования на выставке:

Инструменты	Цели
1) Брендированные футболки	A) Информационная поддержка участия компании на мероприятии
2) Промо-материалы	B) Создание позитивного образа компании и укрепление узнаваемости бренда
3) Интерьер стенда	C) Привлечение интереса к продукту/услуге
4) Выступления спикеров	D) Представление ассортимента товаров

№ 8 Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Какие технологии чаще всего используются для повышения эффективности взаимодействия с аудиторией на выставке?

- a) Аудиозаписи выступлений экспертов
- b) Электронные каталоги продуктов
- c) Стендистская форма персонала
- d) Мероприятия вне стенда

№ 9 Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

Какие аспекты влияют на успех участия компании в выставке?

- a) Качество оформления стенда
- b) Атмосферность мероприятия
- c) Количество участников конкурса среди экспонентов
- d) Уровень подготовки персонала

№ 10 Прочитайте текст и установите соответствие

Укажите соответствие типов экспозиций их назначению:

Тип экспозиции	Назначение
1) Открытая экспозиция	A) Предназначена для демонстрации оборудования крупным компаниям-партнерам
2) Закрытая выставка	B) Позволяет широко представить товар широкой публике
3) Специальная презентация	C) Используется для привлечения конкретных сегментов потребителей

№ 11 Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Компания планирует участие в международной выставке бытовой техники. Какие шаги ей необходимо предпринять для успешного позиционирования своей новой модели холодильника премиум-класса?

№ 12 Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Организаторам крупной отраслевой выставки необходимо привлечь максимальное количество профессиональных посетителей. Какими способами можно увеличить число квалифицированных специалистов, посещающих выставку?