

УТВЕРЖДАЮ
 Декан факультета

_____ Шматко А.Д.

« ____ » _____ 20__

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ТЕХНОЛОГИИ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Направление/специальность подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Специализация/профиль/программа подготовки	Связи с общественностью в политике и государственном управлении
Уровень высшего образования	Бакалавриат
Форма обучения	Очная
Факультет	Б Базовое инженерное образование
Выпускающая кафедра	Б7 Экономика, организация и управление промышленным производством
Кафедра-разработчик рабочей программы	Б7 Экономика, организация и управление промышленным 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	
3	5	5	180	68	34	0	34	112	0	0	112	диф. зач.

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: 2026

Программу составил:

Кафедра Б7 Экономика, организация и управление промышленным
производством _____

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

Программа рассмотрена

на заседании кафедры-разработчика

рабочей программы **Б7 Экономика, организация и управление промышленным производством**

Заведующий кафедрой Таничев А.В., к.э.н., доц. _____

Программа рассмотрена

на заседании выпускающей кафедры

Б7 Экономика, организация и управление промышленным производством

Заведующий кафедрой Таничев А.В., к.э.н., доц. _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ТЕХНОЛОГИИ 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-3.2 — 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-3.2

знания:

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

умения:

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

навыки:

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

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина **ТЕХНОЛОГИИ 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: **ОСНОВЫ СИСТЕМНОГО АНАЛИЗА, ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ**.

Содержание дисциплины является основой для освоения дисциплин: **PR-ТЕХНОЛОГИИ В GR, ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ, КОММУНИКАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**.

Предварительные компетенции, сформированные у обучающегося до начала изучения дисциплины:

- ПК.Д-1 — Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
- УК-1 — Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

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-3.2
3	5	Раздел 1. Раздел 1. Технология выставочной деятельности. 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
3	5	Раздел 2. Организация и проведение выставки. 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
Всего за 5 семестр			180	68	34	34	112	100
Всего по дисциплине			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. Раздел 1. Технология выставочной деятельности.	1.4. Фирменный стиль выставки.	3
2		1.5. Определение основных параметров.	3
3		1.1. Исторические аспекты выставочной деятельности.	3
4		1.2. Основные виды и типы выставок.	3
5		1.3. Организация выставочного пространства.	3
6	Раздел 2. Организация и проведение выставки.	2.5. Экономические аспекты выставочной деятельности.	3
7		2.6. Методологические подходы к организационному процессу подготовки и участия в выставочно-ярмарочном мероприятии.	3
8		2.7. Оценка эффективности выставки.	3
9		2.1. Выставочный маркетинг.	2
10		2.2. Информационная поддержка выставки.	2
11		2.3. Основные виды мероприятий на выставке.	3
12		2.4. Характеристика рекламных средств.	3
Всего за 5 семестр			34

3.3. Самостоятельная работа студента (СРС)

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Содержание учебного задания	Объем, часов
1	Раздел 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		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	Раздел 2. Организация и проведение выставки.	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». Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 2. Подготовка к экзамену.	10
Всего за 5 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
5					Докл	ДР			Докл	ДР					Докл	ДР	Тест, диф. зач.

Условные обозначения:

- ДР – диагностическая работа;
- Докл – доклад;
- Тест – тест;
- диф. зач. – дифференцированный зачет.

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

- диагностическая работа;
- доклад;
- тест.

Промежуточная аттестация проводится в формах:

- дифференцированный зачет.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература по дисциплине:

1. Г. С. Сологубова. . Экономика конгрессно-выставочной деятельности. Москва: Юрайт, 2022, эл. рес.
2. Л. К. Комарова. . Основы выставочной деятельности. Москва: Юрайт, 2022, эл. рес.
3. Л. Н. Федотова. . Реклама: теория и практика. Москва: Юрайт, 2022, эл. рес.

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/book/vystavochnoe-delo-441640> — Выставочное дело — Образовательная платформа «Юрайт». Для вузов и ссузов.;
2. <https://urait.ru/book/vystavochnoe-delo-564217>;
3. <https://e.lanbook.com/book/138927>.

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 - 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:

1. Аудитория с числом посадочных мест не меньше количества обучающихся.

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 **ТЕХНОЛОГИИ 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 Б Базовое инженерное образование БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д.Ф. Устинова кафедрой Б7 Экономика, организация и управление промышленным производством.

Дисциплина нацелена на формирование *компетенций*:

ПК-3.2 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:

- дифференцированный зачет.

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. 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.	Г. С. Сологубова. . Экономика конгрессно-выставочной деятельности: Москва: Юрайт, 2022 (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.	Л. Н. Федотова. . Реклама: теория и практика: Москва: Юрайт, 2022 (1-3)	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-ярмарочном мероприятии». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.		9

Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Оценка эффективности выставки». 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;
- дифференцированный зачет.

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.

Критерии оценивания:

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. Целостная предметно-пространственная система, в которой музейные предметы и другие экспозиционные материалы объединены концептуальным (научным и художественным) замыслом – это:
4. Пластическая метафора, которая включает в себя различные элементы – предметные композиции, пространство, свет, цвет, фактуры, материалы, формы, звуки, даже запахи – это.:
5. Подготовка и проведение выставки включает в себя несколько этапов. Поставьте их в хронологическом порядке:
 - А) оформление выставки и дополнительных материалов;
 - Б) определение темы, места, время проведения;
 - В) составление плана и подборка экспонатов выставки;
 - Г) открытие выставки и ее проведение;
 - Д) рефлексия.

Дифференцированный зачет

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

Зачтено-отлично 81-100

Зачтено-хорошо 61-80

Зачтено-удовлетворительно 41-60

Зачтено-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-3.2	
3	5	Раздел 1. Раздел 1. Технология выставочной деятельности.	80	30	15	15	50	50	Доклад
3	5	Раздел 2. Организация и проведение выставки.	100	38	19	19	62	50	Тест, Доклад
Всего за 5 семестр			180	68	34	34	112	100	
Всего по дисциплине			180	68	34	34	112	100	

Оценочные материалы по дисциплине ТЕХНОЛОГИИ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ПК-3.2 - Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

- № 1 Прочитайте текст и установите последовательность
Определите порядок действий специалиста перед участием компании в выставке:
- a) Сбор материалов и подготовка презентаций
 - b) Анализ конкурентов и определение преимуществ своего товара
 - c) Выбор наиболее подходящей площадки для презентации компании
 - d) Изучение целевых групп и потребностей рынка
- № 2 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?
- № 3 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?
- № 4 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

- № 5 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

- № 6 Прочитайте текст и установите последовательность
Установите правильную последовательность этапов организации выставочного мероприятия:
- a) Подготовка документации и регистрация стенда
 - b) Определение концепции и целей участия в выставке
 - c) Разработка плана размещения экспонатов
 - d) Проведение рекламной кампании и приглашение гостей
- № 7 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

№ 8 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

№ 9 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

№ 10 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

№ 11 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

№ 12 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

с) Количество участников конкурса среди экспонентов

д) Уровень подготовки персонала