

УТВЕРЖДАЮ
 Декан факультета

_____ Шматко А.Д.

« ____ » _____ 20__

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ 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 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-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:

- 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: **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-3.2 |
| 3 | 5 | 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. 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 выставок. | 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 5 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 | | 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». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. 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. 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. Гогуадзе, 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://ura.it.ru/> — Главная – 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 - 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 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. Технология выставочной деятельности. | | |
| Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Исторические аспекты выставочной деятельности». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. | Л. К. Комарова. . Основы выставочной деятельности: Москва: Юрайт, 2022 (1) М. Г. Гогуадзе, Е. В. Сорокина, Е. А. Черкасова. . Основы PR-технологий: СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2021 (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;
- 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.

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.

Дифференцированный зачет

При сдаче дифференцированного зачета, 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-3.2 | |
| 3 | 5 | 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 ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ 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, 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
- № 2 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
- № 3 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
- № 4 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
- № 5 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
- № 6 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?
- № 7 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?
- № 8 Прочитайте текст и установите соответствие

| 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 |

- № 9 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 |

- № 10 Прочитайте текст и установите последовательность
Расположите этапы планирования выставочной деятельности в правильном порядке:
- Предварительный маркетинговый анализ рынка и целевой аудитории
 - Подбор подходящего выставочного комплекса и резервирование стенда
 - Проектирование и строительство самого стенда
 - Проведение предвыставочной рекламы и PR-компаний
- № 11 Прочитайте текст и установите последовательность
Опишите правильную последовательность шагов при подготовке проекта выставочного стенда:
- Анализ бюджета и финансовых ограничений
 - Консультации с дизайнерами и архитекторами для разработки макета стенда
 - Утверждение общего концепта и согласование сроков строительства
 - Запуск процесса производства необходимых конструкций и декоративных элементов
- № 12 Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа
Что является основной целью выставочной деятельности?
- Продажа товаров посетителям выставки
 - Демонстрация достижений компаний и привлечение потенциальных клиентов
 - Организация развлекательных мероприятий

d) Повышение квалификации сотрудников организаций-участников