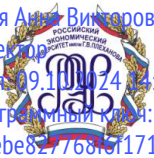



Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Петровская Анна Викторовна
Должность: Директор
Дата подписания: 19.10.2024 14:22:29
Уникальный программный ключ:
798bda6555fbdebe8277681611710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f10c8c5199



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»
КРАСНОДАРСКИЙ ФИЛИАЛ РЭУ им. Г.В.ПЛЕХАНОВА

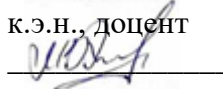
Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

УТВЕРЖДЕНО
Протоколом заседания кафедры
товарной экспертизы, технологии торговли и
ресторанного бизнеса
от «28» февраля 2023 № 7
Зав. КТРБ, к.т.н., доц.  Губа

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

по учебной дисциплине
Б1.В.06 ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
для студентов 2020 года приема

Направление подготовки 38.03.06
Торговое дело
Направленность (профиль)
«Коммерция»

Составитель:
к.э.н., доцент
 3.Х. Моламусов

Краснодар
2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	3
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ РАЗРАБОТКИ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ.....	3
3. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	4
4. ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ».....	4
5. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, СИСТЕМЫ ОЦЕНИВАНИЯ..	5
6. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ИНЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	6
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	8
ПРИЛОЖЕНИЯ:	
1. Перечень вопросов, практических заданий к зачету.....	12
2. Комплект тестовых заданий.....	18
3. Вопросы собеседования	29
4. Перечень тем дискуссий.....	32
5. Комплект заданий для выполнения контрольной работы.....	33
6. Темы рефератов.....	40
Лист регистрации изменений	42

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Оценочные материалы по учебной дисциплине Б1.В.06 «Выставочная деятельность» являются неотъемлемой частью нормативно-методического обеспечения системы оценки знаний и уровня сформированности компетенций студентов направления подготовки 38.03.06. Торговое дело направленности (профиля) «Коммерция» и обеспечивают качество образовательного процесса.

Оценочные материалы входят в состав ОПОП ВО, представляют собой совокупность контролирующих материалов, предназначенных для измерения уровня достижения студентов установленных результатов обучения, указанных в рабочей программе учебной дисциплины «Выставочная деятельность».

Оценочные материалы по дисциплине используются при входном контроле уровня подготовки обучающихся в начале изучения дисциплины, при проведении текущего контроля успеваемости (контроля самостоятельной работы) и промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине с учетом требований:

«Положения о текущем контроле, рубежном контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,

«Положения о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»,

«Положения о разработке основных профессиональных образовательных программ подготовки бакалавров, специалистов и магистров в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,

«Положения о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,

«Положения о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Входной контроль уровня подготовки обучающихся в начале изучения дисциплины проводится с целью определения реального уровня базовой подготовки обучающихся первого курса по общеобразовательным дисциплинам, уровня профессиональной подготовки обучающихся в процессе изучения смежных дисциплин «Введение в профессию (торговое дело)», «Менеджмент», «Коммерческая деятельность».

Виды оценочных материалов по учебной дисциплине «Выставочная деятельность» соответствуют образовательным технологиям, представленным в рабочей программе учебной дисциплины, в Календарно-тематическом плане учебной дисциплины.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ РАЗРАБОТКИ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Целью разработки оценочных материалов по учебной дисциплине «Выставочная деятельность» является установление соответствия знаний и уровня сформированности

компетенций студента на данном этапе обучения требованиям рабочей программы учебной дисциплины.

Задачи, решаемые при помощи оценочных материалов по учебной дисциплине:

- управление процессом приобретения студентами необходимых знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенций, определенных в ФГОС ВО по соответствующему направлению подготовки;
- оценка достижений студентов в процессе изучения учебной дисциплины;
- обеспечение соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование традиционных и внедрение инновационных методов обучения в образовательный процесс;
- изучение сущности, основных принципов, функций, эволюции развития концепций маркетинга, сегментирования и позиционирования фирмы в цепочке создания ценности;
- обеспечение необходимыми для дальнейшей практической деятельности знаниями в части создания комплекса мер целостной системы управления процессами распределения и обмена на основе социально-экономического взаимодействия разнообразных субъектов рынка с целью достижения желаемого объема продаж на целевых рынках.

3. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Изучение учебной дисциплины «Выставочная деятельность» направлено на формирование следующих компетенций:

ПК-3 - готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

ПК-13 - готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)

Этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины (таблица 1):

Таблица 1

Разделы (темы) дисциплины (модулей)	Формируемые компетенции (коды компетенций)	
	ПК-3	ПК-13
Тема 1. Основные понятия выставочной деятельности, ее зарождение и развитие. Классификация выставок	+	-
Тема 2. Структура современной выставочной деятельности	+	+
Тема 3. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга	+	-
Тема 4. Технология подготовки выставки	+	+
Тема 5. Организация работы выставки и подведение ее итогов	+	+
Тема 6. Подготовка предприятия к участию в выставке	+	+
Тема 7. Участие предприятия в выставке	+	+

4. ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы по учебной дисциплине «Выставочная деятельность» включают контрольные материалы для проведения входного контроля уровня подготовки обучающихся в начале изучения дисциплины, текущего контроля и промежуточной

аттестации с указанием этапов формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы:

Контролируемые разделы, темы дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Оценочные материалы		
		тестовые задания, кол-во	другие оценочные материалы	
			вид	кол-во (комплект, перечень)
Входной контроль				
1. Коммерческая деятельность	ПК-2	20	Компьютерные тесты	1
2. Менеджмент	ОК-9, ОК-5, ПК-5	15	Компьютерные тесты	1
Текущий контроль				
Тема 1. Основные понятия выставочной деятельности, ее зарождение и развитие. Классификация выставок	ПК-3	-	собеседование, дискуссия	2
Тема 2. Структура современной выставочной деятельности	ПК-3 ПК-13	-	собеседование, реферат, дискуссия	3
Тема 3. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга	ПК-3	-	собеседование, реферат, дискуссия	3
Тема 4. Технология подготовки выставки	ПК-3 ПК-13	-	собеседование, дискуссия, реферат	3
Тема 5. Организация работы выставки и подведение ее итогов	ПК-3 ПК-13	-	реферат, собеседование, дискуссия	3
Тема 6. Подготовка предприятия к участию в выставке	ПК-3 ПК-13	-	собеседование, дискуссия, тест	3
Тема 7. Участие предприятия в выставке	ПК-3 ПК-13	30	собеседование, тестирование, дискуссия	3
Промежуточная аттестация	ПК-3 ПК-13	-	Вопросы к зачету	1
Всего	ПК-3 ПК-13	65	4	21

5. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

Контроль сформированности компетенции осуществляется с позиции оценивания составляющих ее частей по трёхкомпонентной структуре компетенции: знать, уметь, владеть и (или) иметь опыт деятельности.

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием разделов (тем) дисциплины (см. Раздел II «Содержание дисциплины» РПД).

Оценивание компетенций в рамках изучения данной дисциплины осуществляется в форме текущего и промежуточного контроля.

В рамках текущего контроля оценивается отдельно взятая компетенция на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины знаний, умений и навыков. В ходе изучения данной дисциплины осваивается определенный этап формирования компетенции.

В рамках промежуточного контроля осуществляется оценка уровня обученности по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения дисциплины. При оценке обучаемого в процессе определения уровня освоения учебной дисциплины в качестве основного критерия выступает наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Для обучающихся очной формы применяется 100-балльная оценка знаний, для обучающихся заочной формы обучения – традиционная четырехбалльная система оценки знаний.

Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания представлены в таблице 2:

Таблица 2

100-балльная система оценки	Традиционная четырехбалльная система оценки	Формируемые компетенции (индикаторы компетенций)	Критерии оценивания
85 – 100 баллов	«зачтено»	ПК-3	<p>Знает верно и в полном объеме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы формирования потребностей участников выставочной деятельности с помощью системы маркетинговых коммуникаций, - методики изучения целевых групп выставочной деятельности и анализа маркетинговой информации; - методы изучения и прогнозирования спроса при организации выставочной деятельности в различных сферах деятельности <p>Умеет верно и в полном объеме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать конъюнктуру товарного рынка при планировании выставочной деятельности, - выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров в процессе организации выставочного процесса, - формировать спрос с помощью системы маркетинговых коммуникаций и оценивать ее эффективность. <p>Владеет навыками верно и в полном объеме:</p> <ul style="list-style-type: none"> -методами анализа, исследования и формирования потребностей участников выставочной деятельности на определенных сегментах рынка.

		ПК-13	<p>Знает верно и в полном объеме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методологию разработки и реализации проектов организации выставочной деятельности. <p>Умеет верно и в полном объеме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать проектные мероприятия, внедрять и обновлять технологические или проектные решения в области выставочной деятельности <p>Владет навыками верно и в полном объеме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками реализации проектов в области выставочной деятельности
70 – 84 баллов	«зачтено»	ПК-3	<p>Знает с незначительными замечаниями:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы формирования потребностей участников выставочной деятельности с помощью системы маркетинговых коммуникаций, - методики изучения целевых групп выставочной деятельности и анализа маркетинговой информации; - методы изучения и прогнозирования спроса при организации выставочной деятельности в различных сферах деятельности <p>Умеет с незначительными замечаниями:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать конъюнктуру товарного рынка при планировании выставочной деятельности, - выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров в процессе организации выставочного процесса, - формировать спрос с помощью системы маркетинговых коммуникаций и оценивать ее эффективность. <p>Владет навыками с незначительными замечаниями:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами анализа, исследования и формирования потребностей участников выставочной деятельности на определенных сегментах рынка.
		ПК-13	<p>Знает с незначительными замечаниями:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методологию разработки и реализации проектов организации выставочной деятельности. <p>Умеет с незначительными замечаниями:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать проектные мероприятия, внедрять и обновлять технологические или проектные решения в области выставочной деятельности <p>Владет навыками с незначительными замечаниями:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками реализации проектов в области выставочной деятельности

50 – 69 баллов	«зачтено»	ПК-3	<p>Знает на базовом уровне, с ошибками:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы формирования потребностей участников выставочной деятельности с помощью системы маркетинговых коммуникаций, - методики изучения целевых групп выставочной деятельности и анализа маркетинговой информации; - методы изучения и прогнозирования спроса при организации выставочной деятельности в различных сферах деятельности <p>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать конъюнктуру товарного рынка при планировании выставочной деятельности, - выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров в процессе организации выставочного процесса, - формировать спрос с помощью системы маркетинговых коммуникаций и оценивать ее эффективность. <p>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами анализа, исследования и формирования потребностей участников выставочной деятельности на определенных сегментах рынка.
		ПК-13	<p>Знает на базовом уровне, с ошибками:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методологию разработки и реализации проектов организации выставочной деятельности. <p>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать проектные мероприятия, внедрять и обновлять технологические или проектные решения в области выставочной деятельности <p>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками реализации проектов в области выставочной деятельности
менее 50 баллов	«не зачтено»	ПК-3	<p>Не знает на базовом уровне:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы формирования потребностей участников выставочной деятельности с помощью системы маркетинговых коммуникаций, - методики изучения целевых групп выставочной деятельности и анализа маркетинговой информации; - методы изучения и прогнозирования спроса при организации выставочной деятельности в различных сферах деятельности <p>Не умеет на базовом уровне:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать конъюнктуру товарного рынка при планировании выставочной деятельности, - выявлять и удовлетворять потребности

			<p>покупателей товаров в процессе организации выставочного процесса,</p> <p>- формировать спрос с помощью системы маркетинговых коммуникаций и оценивать ее эффективность.</p> <p>Не владеет на базовом уровне:</p> <p>- методами анализа, исследования и формирования потребностей участников выставочной деятельности на определенных сегментах рынка.</p>
		ПК-13	<p>Не знает на базовом уровне:</p> <p>- методологию разработки и реализации проектов организации выставочной деятельности.</p> <p>Не умеет на базовом уровне:</p> <p>- планировать проектные мероприятия, внедрять и обновлять технологические или проектные решения в области выставочной деятельности</p> <p>Не владеет на базовом уровне:</p> <p>- навыками реализации проектов в области выставочной деятельности</p>

Оценка «Незачтено» ставится также в случаях, если студент не приступал к выполнению задания, списывал, фальсифицировал данные и результаты работы. Результирующая оценка по итогам текущего контроля рассчитывается как сумма взвешенных оценок, полученных по итогам выполнения всех заданий.

Фонды оценочных средств сформированы на бумажном и электронном носителях и хранятся на кафедре.

На сайте филиала в свободном доступе для студентов размещены фонды оценочных средств: для подготовки к практическим, семинарским занятиям, выполнению самостоятельной работы, вопросы зачету, варианты тестовых заданий и т.п.

Для обеспечения объективности оценки качества подготовки студентов в рамках проведения круглого стола привлечены представители работодателя: Цимбал С.В., заместитель генерального директора ООО «ЭлитЭкспоСтрой»

6. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ИНЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Текущий контроль

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение периода теоретического обучения по всем видам аудиторных занятий и самостоятельной работы обучающегося в соответствии с утвержденным графиком учебного процесса.

(Типовые контрольные задания и иные оценочные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности представлены в Приложениях 1-7)

Промежуточная аттестация

Вопросы для проведения промежуточной аттестации соотносятся соответственно со знаниевыми компонентами, умениями, навыками, характеризующими этапы формирования

компетенций в рамках изучаемой дисциплины.

(Вопросы к зачету представлены в Приложении № 1)

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Оценка знаний, умений, навыков, и (или) опыта деятельности, характеризующая этапы формирования компетенций в результате освоения дисциплины проводится в форме текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Текущий контроль успеваемости обучающихся - текущая аттестация - проводится в течение семестра в ходе аудиторных и внеаудиторных занятий с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по ее корректировке, совершенствованию методики обучения, организации учебной работы и оказания обучающимся индивидуальной помощи.

Контроль за выполнением обучающимися каждого вида работ проводится поэтапно и служит основанием для промежуточной аттестации по дисциплине. Все виды текущего контроля осуществляются в процессе контактной работы преподавателя с обучающимся.

Каждая форма контроля по дисциплине включает в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень освоения обучающимися знаний и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и навыков, характеризующие этапы формирования компетенций.

Процедура оценивания знаний, умений и (или) опыта деятельности, обучающихся основывается на следующих принципах:

1. Регулярность и периодичность проведения оценки (на каждом занятии).
2. Надежность, использование единообразных стандартов и критериев оценивания.
3. Справедливость – разные обучающиеся должны иметь равные возможности.
4. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.
5. Соблюдение последовательности проведения оценки: развитие компетенций идет по возрастанию - поэтапно, и оценочные средства на каждом этапе учитывают это развитие.
6. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и обучающимися) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекса мер по устранению недостатков и дальнейшему развитию.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится с целью определения соответствия уровня теоретических знаний, практических умений и навыков по дисциплине требованиям ФГОС ВО. Промежуточная аттестация проводится после завершения изучения дисциплины в соответствии с рабочей программой. Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности (таблица 3).

Таблица 3

1. Зачет	Средство, позволяющее оценить уровень знаний студента по выполнению лабораторных, расчетно-аналитических, расчетно-графических работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе практических, семинарских занятий, самостоятельной работы, прохождения учебной и производственной практики и выполнения в процессе практик всех учебных	Вопросы к зачету (Приложение 1)	
----------	---	------------------------------------	--

	заданий в соответствии с утвержденной программой		
2. Тест	Средство, позволяющее оценить уровень знаний студента путем выбора им одного из нескольких вариантов ответов на поставленный вопрос. Возможно использование тестовых вопросов, предусматривающих ввод обучающимся короткого и однозначного ответа на поставленный вопрос.	Тестовое задание (Приложение 2,3)	Экспертный, электронный
3. Вопросы для собеседования	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя со студентами	Вопросы по темам, разделам дисциплины (Приложение 4)	экспертный
4. Дискуссия	Процесс обсуждения спорных вопросов, проблем и оценка умения студентов аргументировать собственную точку зрения	Перечень дискуссионных тем (Приложение 5)	экспертный
5. Комплекты заданий для контрольной работы (для заочной формы обучения)	Задачи и задания: -репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знания фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; -реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; -творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения	Комплект разноуровневых задач и заданий (Приложение 6)	экспертный
6. Реферат	Средство, позволяющее оценить умение студента письменно и устно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины.	Перечень тематики рефератов (Приложение 7)	экспертный

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова**

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

**Вопросы для подготовки к зачету
по дисциплине «Выставочная деятельность»
для студентов 3 курса
Направление подготовки 38.03.06 «Торговое дело»
Направленность (профиль) Коммерция**

Номер вопроса	Перечень вопросов к зачету
1	Основные определения понятия «выставочная деятельность»
2	Международные ярмарки, выставки, их классификация и новые формы
3	Принципы маркетинга в выставочной деятельности и их практическая реализация
4	Выставки как инструмент маркетинга предприятия
5	Определение целей участия в выставке
6	Дерево целей маркетинга в выставочной деятельности
7	Роль выставочной деятельности при выработке стратегии роста фирмы
8	Организационный процесс выставочной деятельности
9	Этапы организационного процесса выставочного мероприятия
10	Формы участия в выставке
11	Выбор экспонатов и выставочной программы
12	Регистрация и оформление участия в выставке
13	Значение выставочного стенда в организационном процессе
14	Выставочная стадия. Работа на стенде
15	Особенности маркетинговых исследований в выставочной деятельности
16	Понятие выставочной деятельности и ее классификация
17	Характеристика рисков выставочного участия
18	Основные принципы управления риском в выставочной деятельности
19	Риски первого приоритета
20	Риски второго приоритета
21	Риски третьего приоритета
22	Пути снижения выставочного риска
23	Разработка целевого сегмента выставочной деятельности
24	Диверсификация как метод снижения риска
25	Методы конкурентного анализа в выставочной деятельности
26	Оценка комплексных маркетинговых инструментов в выставочной деятельности
27	Особенности бухгалтерского и налогового учета у фирм, организующих выставки
28	Особенности количественных маркетинговых исследований в выставочной деятельности
29	Методы формирования бюджета участия в выставке
30	Оценка требуемой площади стенда
31	Инфраструктура выставочной деятельности

32	Матрица возможностей и угроз в оценке выставочной деятельности
33	Роль торгово –промышленной палаты РФ в координации выставочной деятельности
34	Развитие и координация выставочной деятельности на международном уровне
35	Межгосударственный совет по выставочно – ярмарочной деятельности
36	Международные соглашения в области выставочной деятельности (Парижская конвенция 1928 г.)
37	Международная таможенная конвенция
38	Специализированные выставочные центры Москвы, Санкт-Петербурга.
39	Характеристика методов исследования рыночной среды в выставочной отрасли
40	Характеристика выставочных маркетинговых технологий
41	Территориальное распределение выставок
42	Разработка проекта участия в выставке потребительских товаров
43	Выставочные комплексы и сервисные услуги
44	Разработка проекта участия в выставке товаров промышленного назначения
45	Процесс организации участия туристической фирмы в работе выставки
46	Основные статьи затрат предприятия на участие в выставке
47	Комплексный анализ рыночных возможностей и угроз
48	Система маркетинговых коммуникаций: понятие и классификация
49	Коммуникативные цели участия в выставке
50	Ценообразовательные цели участия в выставке
51	Цели распределения участия в выставке
52	Цели товарной политики участия в выставке
53	Модели потребительского поведения на рынке промышленного назначения
54	Разработка проекта участия в международных выставках
55	Оценка экономической эффективности основных средств коммуникаций
56	Основные формы коммерческой работы в выставочной деятельности
57	Оценка эффективности проекта выставочной деятельности
58	Функциональные зоны выставки
59	Характеристика целевых сегментов выставочной деятельности на рынке B2B
60	Управление выставочной деятельностью

Практические задания к зачету

Номер вопроса	Перечень вопросов к зачету
1	ООО «КОМПЬЮТЕРРА» продаёт оборудование ведущих мировых производителей компьютерной техники. Компания предоставляет клиентам возможность ознакомиться с современным оборудованием с помощью демостенда. Он помогает клиентам сделать выбор для построения информационной инфраструктуры предприятия, сэкономить время и ресурсы при построении корпоративной информационной системы и её оптимизации. Благодаря демостенду до покупки клиент может оценить затраты на реализацию и эффективность оборудования. Как может выглядеть система маркетинговых коммуникаций данной компании? Составьте

	<p>план коммуникативных мероприятий с участием предприятия в выставке на ближайшее полугодие. Обоснуйте затраты на запланированные мероприятия, ориентируясь на уровень известных вам текущих цен.</p>
2	<p>Компания, работающая на рынке B2B, выбрала в качестве основного метода организации продвижения продукции личные продажи и участие в выставках. Отдел сбыта разрабатывает рабочий график для своих торговых представителей. Маркетинговые исследования показали, что можно выделить три категории потребителей с одинаковым временем посещения – 30 минут: А-потребители: посещаются 1 раз в две недели, их количество – 200; В-потребители: посещаются 1 раз в четыре недели, их количество – 260; С-потребители: посещаются 1 раз в восемь недель, их количество – 600. Рассчитайте оптимальное для компании количество торговых представителей. Какие мероприятия по организации выставочной деятельности можно предложить?</p>
3	<p>ООО «Фабрика удовольствий» производит широкий ассортимент кондитерских изделий. Это лидер регионального рынка Северо-Западного федерального округа России. Разработайте для предприятия годовой план участия в специализированных выставках и разработайте концепцию выставочного стенда.</p>
4	<p>Рассчитайте экономическую эффективность участие в выставке ООО «МебельЮг », если его затраты составили 7,5 млн. руб., а прибыль от реализации товаров увеличилась на 11,2 млн. руб. Целесообразно ли участие ООО в выставке?</p>
5	<p>Определите объем прибыли от продаж после участия в выставке , на основе следующих данных: Товарооборот- 9425 тыс.руб. Себестоимость проданных товаров – 8314 тыс.руб. Коммерческие расходы – 500 тыс.руб. Управленческие расходы – 400 тыс.руб.</p>
6	<p>Вы занимаетесь вопросами рекламно-информационного и выставочно-ярмарочного обеспечения деятельности туристической компании. Вам поручено спланировать календарь мероприятий текущий год, в которых будет участвовать организация в качестве экспонента. Компания-производитель детской одежды «Солнышко» на протяжении нескольких лет является постоянным участником специализированных выставок. Для того чтобы увеличить количество дилеров среди своих клиентов, руководство компании приняло решение об участии на выставке детской одежды и товаров для детей в Сочи ,которая позиционировалась как оптовое экспомероприятие. За несколько дней до начала работы выставки выяснилось, что далеко не все экспоненты являются представителями данного рынка, к тому же из-за присутствия на ней представителей розничной торговли выставка носит, скорее, оптово-розничный характер. Сотрудникам компании, присутствующим на выставке, необходимо срочно найти оригинальное маркетинговое решение, способствующее привлечению целевых потребителей. Предложите свои варианты.</p>
7	<p>Мебельная компания «Style» является участником крупнейших мебельных выставок России. Участвуя в одной из выставок в Санкт-Петербурге, «Style» выбрала в качестве выставочной стратегии –проникновение на рынок. Необходимо стимулировать продажи с помощью существующих товаров. Цели участия в выставке у «Style» по отношению к новым клиентам – мотивировать их совершить закупки; по отношению к старым – осуществлять более высокие продажи. Компании нужно разработать выставочные маркетинговые технологии, ориентированные на покупателя.</p>

8	Шоколадные конфеты «Элитные» продаются эксклюзивно – только в фирменных магазинах. Компания принимает участие в международной выставке. Предложите план маркетинговых мероприятий для повышения эффективности работы на выставке.
9	Компания-производитель женского белья «Ева» первый раз участвует в крупной международной выставке товаров легкой промышленности с новыми коллекциями. Сотрудникам отдела маркетинга, работающим на экспозиции, необходимо провести первичную оценку эффективности выставки непосредственно во время её проведения. Среди поставленных задач – выявление интереса к продукции компании посетителей, изучение их поведения, сбор другой информации о посетителях стенда. Предложите методы оценки эффективности выставочного проекта для данной организации.
10	Рассчитайте экономическую эффективность участие в выставке ООО «Развитие», если его затраты составили 1,5 млн. руб., а прибыль от реализации товаров увеличилась на 1,2 млн. руб. Целесообразно ли участие ООО в выставке? Ответ аргументируйте.
11	Крупная машиностроительная компания выводит на национальный рынок новый вариант кондиционеров. Компания осуществляет продажу своих товаров в нескольких регионах страны. Каким образом компания должна построить свою выставочную деятельность для организации эффективного сбыта?
12	Годовая выручка ООО «Леонардо» составила 355 млн. руб., при этом в Учетной политике организации отражено, что маркетинговый бюджет компании составляет 0,5% выручки. Из него 6700 у.е. – на организацию продаж, 2500 у.е. – на опросы потребителей, 1500 у.е. – на реализацию мероприятий по стимулированию сбыта ¹ . Какова доля бюджета, отводимая на участие организации в выставочно-ярмарочных мероприятиях? (При конвертации валют использовать курс ЦБ РФ на момент решения задачи).
13	Рассчитайте экономическую эффективность участие в выставке ООО «АвтоЭкспо», если его затраты составили 22,5 млн. руб., а прибыль от реализации товаров увеличилась на 16 млн. руб. Целесообразно ли участие ООО в выставке? Ответ аргументируйте.
14	Компании-производителю медицинского оборудования предложено принять участие в одной из профильных выставок, которая должна пройти в г. Краснодаре. Приоритетными направлениями в работе компании в настоящее время является поиск партнеров, выход на новые рынки, маркетинговая разведка, формирование имиджа. Сформулируйте цели и задачи участия в выставке для компании.
15	Предприятие по производству молочных продуктов АО «Сочинский» более 12 лет действует на рынке города Сочи. Емкость данного рынка составляет около 230 тыс. тонн в год. Объем продаж предприятия составляет 150 тыс. тонн в год, из которых 45 % реализуется на местном рынке. Доля АО «Сочинский» на местном рынке составляет %. Рассчитайте долю рынка на местном рынке. Какие маркетинговые мероприятия с организацией выставочной деятельности можно порекомендовать предприятию на местном рынке?
16	Фирма, производящая деревообрабатывающие станки и оборудование, приняла участие в специализированной выставке. Арендуемая необорудованная выставочная площадь составила 27 м ² . Стенд фирма изготовила самостоятельно. На стенде работало 4 стендиста и 2 монтажника.

	Продолжительность выставки – 4 дня. Регистрационный сбор включает аккредитацию двух представителей предприятия с предоставлением постоянных пропусков на выставку, приглашения на официальные мероприятия на двух представителей фирмы, десять пригласительных билетов, публикацию в каталоге с указанием адреса, телефона и информации о фирме, общее рекламное обслуживание ярмарки. Затраты на участие составили 3200 у.е. По итогам участия предприятие заключило пять договоров на сумму 10000 у.е. Рассчитать стоимость и оценить эффективность участия в выставке. (При конвертации валют использовать курс ЦБ РФ на момент решения задачи).
17	Рассчитайте экономическую эффективность участие в выставке ООО «Агропродукт », если его затраты составили 3,5 млн. руб., а прибыль от реализации товаров увеличилась на 4,2 млн. руб. Целесообразно ли участие ООО в выставке?
18	Компании-производителю молочных йогуртов предложено принять участие в одной из профильных выставок органического производства, которая должна пройти в г. Москва. Приоритетными направлениями в работе компании в настоящее время является выход на новые рынки. Сформулируйте коммуникационную политику для компании, если 40 % коммуникационного бюджета предприятие планирует потратить на участие в выставках и ярмарках.
19	Вы – заместитель директора по коммерции растениеводческого хозяйства, выращивающего в т.ч. и экзотические растения. Собственник и руководитель компании поручил поучаствовать в специализированных выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых в нашей стране в текущем году: 1.Продать привезенные на выставочно-ярмарочные мероприятия саженцы растений. 2. Какие методы оценки эффективности участия могут быть использованы? Представьте концепцию реализации данного поручения.
20	Вы – заместитель директора передвижной экспозиции старинной русской обуви, созданной при содействии обувной фабрики, Краснодарского краеведческого музея. 1.Определите перечень городов, в которых Ваша выставка может экспонироваться. 2.Составить небольшое рекламно-информационное сообщение, необходимое для размещения в печатных СМИ городов Вашего посещения.
21	На участие в специализированной выставке приглашено 150участников из данной отрасли, т.ч. 25 – иностранных. Может ли данное мероприятие считаться международным?
22	Вы – заместитель директора по общим вопросам торгово-экономического колледжа, отвечающий за вопросы профориентационной работы и набора абитуриентов. Предложить план участия колледжа в выставочно-ярмарочных мероприятиях отраслевого и образовательного профиля на будущий год.
23	Арт-студия «Паллада» оказывает услуги по изготовлению различных видов наружной рекламы. Как лидер регионального рынка, компания имеет стабильный объём заказов. Периодически модифицирует производственные мощности, проводит гибкую ценовую политику. Дополните перечень факторов внешней среды, действующих на данное предприятие. Оцените по каждому из факторов важность для отрасли; влияние на предприятие; направленность влияния. Рассчитайте интегральную оценку и сделайте выводы.
24	По данным анализа тематической направленности проводимых в стране выставок, установлено, что на долю экспозиций, посвященных инновациям,

	приходится не более 10% их общего числа. Является ли данный показатель значимым для нашего государства? Какие меры по исправлению сложившейся ситуации Вы можете предложить?
25	Продажа бытовой техники в магазине «Атлант» за 30 дней приносила доход 2 755 тыс. руб. Рекламная компания обошлась организации в 18 500 руб. Через 10 дней после неё среднедневной доход достиг 99 тыс. руб. Найти краткосрочный экономический эффект от рекламы.
26	Компании-производителю высокотехнологического оборудования предложено принять участие в одной из профильных выставок, которая должна пройти в г. Москва. Приоритетными направлениями в работе компании в настоящее время является поиск партнеров, выход на новые рынки, формирование имиджа. Сформулируйте политику продвижения для компании. Как можно оценить коммуникативную эффективность участия экспонента в выставке?
27	Задачей эксперимента было – определить, как влияет новая реклама на потребителей. Экспериментальной группой выбраны потребители города Брянска, а контрольной группой – жители Владимира. После рекламной кампании среднемесячное потребление шоколадного печенья «Мечта» на 1 потребителя изменилось следующим образом: среди тех, кто не видел рекламу, оно увеличилось с 500 до 550 г, а среди тех, кто видел рекламу, оно увеличилось с 500 до 600 г. Провести расчет, как повлияла реклама на увеличение потребления на рынке в целом.
28	Вы отвечаете за разработку программы продвижения компании, располагающей важным ноу-хау в сфере закупки и переработке фруктов и выпускающей джемы и консервированные фрукты под известной торговой маркой. Предложите различные варианты участия в выставочной деятельности, оцените их риски и возможности.
29	Рассчитайте экономическую эффективность участие в выставке ООО «Развитие», если его затраты составили 1,9 млн. руб., а прибыль от реализации товаров увеличилась на 1,7 млн. руб. Целесообразно ли участие ООО в выставке?
30	Вы отвечаете за разработку программы продвижения торговой компании (бытовая техника). Обоснуйте необходимость принятия решения предприятием участия в выставке на стратегическом и тактическом уровнях.

Преподаватель КТП,
к.э.н., доцент



З.Х. Моламусов

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

Комплект тестов (тестовых заданий)
по дисциплине «Менеджмент»

1. Тестовый вопрос 1:

Менеджмент – это:

- а) управление человеческим коллективом в процессе общественного производства;
- б) целенаправленный, осознанный процесс регулирования процессов производства для достижения целей организации;
- в) управление производственно-хозяйственными системами: предприятиями, фирмами, компаниями;
- г) деятельность по подготовке, выработке и реализации управленческих решений.

2. Тестовый вопрос 2:

В системе управления организацией - объект управления - это?

- а) связующая подсистема;
- б) управляющая подсистема;
- в) финансовая подсистема;
- г) управляемая подсистема.

3. Тестовый вопрос 3:

Метод управления - это:

- а) совокупность приёмов и способов воздействия на управляемый объект для достижения поставленных организацией целей;
- б) существенные, повторяющиеся, объективные взаимосвязи явлений и процессов в хозяйственной деятельности;
- в) совокупность элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, которая образует определённую целостность;
- г) область трудовой деятельности.

4. Тестовый вопрос 4:

Какие факторы влияют на внешнюю среду организации?

- а) прямые и косвенные;
- б) основные и дополнительные;
- в) главные и второстепенные;
- г) глобальные и локальные.

5. Тестовый вопрос 5:

Что является источником власти и управления?

- а) знания;
- б) техника;
- в) собственность;
- г) люди.

6. Тестовый вопрос 6:

Какие виды деятельности принято различать в современном менеджменте?

- а) деятельность по управлению техническими средствами;

- б) управленческая деятельность по координации действий людей, управления факторами производства;
- в) управленческая деятельность по организации действий на рынке товаров и услуг;
- г) деятельность по строительству.

7. Тестовый вопрос 7:

Какие из ниже перечисленных функций управления относятся к общим?

- а) мотивация;
- б) информирование;
- в) контроль;
- г) принятие решений.

8. Тестовый вопрос 8:

Понятие категории управления включает:

- а) принципы;
- б) техника управления;
- в) функции;
- г) методы управления.

9. Тестовый вопрос 9:

Что определяет статику системы управления?

- а) функции;
- б) структура;
- в) технология процесса управления;
- г) цели.

10. Тестовый вопрос 10:

Система характеризуется следующими элементами:

- а) входом;
- б) процессом;
- в) ценой;
- г) выходом.

11. Тестовый вопрос 11:

Внутренняя среда организации – это:

- а) люди;
- б) информационные связи;
- в) конкуренты;
- г) законы.

12. Тестовый вопрос 12:

Основной задачей организации является:

- а) совершенствование структуры управления;
- б) увеличение прибыли;
- в) внедрение инноваций;
- г) производство продукции и услуг.

13. Тестовый вопрос 13:

Суть управления состоит:

- а) в выработке, принятии и реализации управленческого решения
- б) в исполнении управленческого решения
- в) в достижении прибыли организацией
- г) в устранении конкурентов.

14. Тестовый вопрос 14:

Организационная структура представляет собой:

- а) создание условий для эффективной работы сотрудников
- б) подбор специалистов, распределение задач, прав и ответственности, создание условий для эффективной работы сотрудников, организацию взаимодействия службы с другими подразделениями

- в) подбор специалистов, организацию взаимодействия службы с другими подразделениями
- г) руководство компании не интересуется организационная структура, самое главное результат.

15. Тестовый вопрос 15:

При создании структуры управления учитывают:

- а) численность управленческого аппарата;
- б) норму управляемости;
- в) прямые и обратные связи;
- г) должностные инструкции.

**Комплект тестов (тестовых заданий)
по дисциплине «Коммерческая деятельность»**

1. Тестовый вопрос 1:

Что такое «глубина» товарной номенклатуры?

- а) это общее число составляющих отдельных товаров фирмы
- б) это общая численность ассортиментных групп
- в) это варианты предложения каждого отдельного товара ассортиментной группы
- г) нет правильного ответа

2. Тестовый вопрос 2:

Какие особенности не характерны для рынка товаров промышленного назначения:

- а) на нем меньше покупателей
- б) покупатели товаров профессионалы
- в) спрос на товары промышленного назначения не меняется
- г) нет правильного ответа

3. Тестовый вопрос 3:

В каких рыночных ситуациях имеет место конкуренция продавцов:

- а) «рынок покупателя»
- б) «рынок продавца»
- в) равновесный рынок
- г) продавцы конкурируют (в той или иной степени) всегда

4. Тестовый вопрос 4:

В чем отличия предпринимательства от коммерции:

- а) нет отличий
- б) предпринимательство представляет собой организационно – производственную деятельность
- в) коммерция представляет собой вид торгового предпринимательства

5. Тестовый вопрос 5:

К коммерческим процессам относятся:

- а) погрузка и разгрузка товаров
- б) хранение товаров
- в) изучение и прогнозирование спроса
- г) подсортировка товаров
- д) заключение договоров на поставку товаров
- е) рекламно-информационная работа

6. Тестовый вопрос 6:

Коммерческая деятельность торгового предприятия опирается на комплекс наук:
(укажите лишнее)

- а) экономика
- б) философия
- в) маркетинг

- г) право
- д) менеджмент

7. Тестовый вопрос 7:

К недостаткам индивидуальной частной фирмы можно отнести:

- а) риск потери контроля над фирмой
- б) низкая ликвидность инвестиций вложенных в фирму
- в) риск оппортунистического поведения партнеров по бизнесу
- г) верно все

8. Тестовый вопрос 8:

Собственник денежного капитала, фирмы - это:

- а) лицо, которое делает вклад в капитал фирмы
- б) только владелец контрольного пакета
- в) только владелец 51 % акций фирмы
- г) корпорация как физическое лицо

9. Тестовый вопрос 9:

Для акционера как особого вида собственника характерны все следующие черты, за исключением:

- а) не может изъять свой капитал из фирмы
- б) не может повлиять на размер своего дохода
- в) отделен от управления

10. Тестовый вопрос 10:

Что из приведённого ниже не относится к активной части основных фондов:

- а) торгово-технологическое оборудование
- б) подъёмно-транспортные устройства
- в) средства малой механизации
- г) автомобильный транспорт
- д) здания

11. Тестовый вопрос 11:

Сведения, которые уже где-то существуют, будучи ранее собранными, для других целей - это информация:

- а) Первичная
- б) Вторичная

12. Тестовый вопрос 12:

Перечисленные ниже утверждения относятся к достоинствам:

- быстрый сбор
- относительно недорого
- возможность сопоставления данных из нескольких источников
- невозможность получить необходимые сведения самостоятельно
- весьма достоверна; дает более полное представление о рассматриваемых

проблемах

- а) первичной информации
- б) вторичной информации

13. Тестовый вопрос 13:

Перечисленное ниже утверждение относится к:

выработка и принятие решений осуществляются руководителем совместно с подчинёнными, исполнители знают свой круг обязанностей и чётко взаимодействуют друг с другом.

- а) демократическому стилю управления
- б) директивному стилю управления

14. Тестовый вопрос 14:

Перечисленные ниже утверждения относятся к недостаткам:

слабо учитываются постоянно изменяющиеся внутренние и внешние условия деятельности торгового предприятия;

нерациональное распределение информационных потоков;

превышаются нормы управляемости, особенно у руководителей высшего звена.

а) линейно-функционального управления;

б) матричного управления;

в) функционального управления;

г) дивизионального управления.

15. Тестовый вопрос 15:

Основная причина существования оптовой торговли, как промежуточного звена между производителем и торговой точкой, заключается в том, что она:

а) увеличивает эффективность распределения продуктов

б) способствует росту продаж фирмы-производителя

в) способствует росту продаж розничных торговцев

г) берет на себя ответственность за транспортировку грузов от производителя до розничного торговца

16. Тестовый вопрос 16:

Продвижение товара - это:

а) совокупность разнообразных методов стимулирования, используемых компаниями при взаимодействии с целевыми рынками и широкой общественностью

б) установление непосредственных контактов между продавцом и покупателем

в) платная форма безличного воздействия рекламодателя на целевой рынок через средства массовой информации

г) любые формы взаимодействия фирмы с аудиторией, которые не связаны напрямую с организацией продажи товара

17. Тестовый вопрос 17:

Какой из перечисленных ниже инструментов стимулирования сбыта является наиболее подходящим для того, чтобы обеспечить повторные покупки потребительского товара, который приобретают регулярно?

а) специальные купоны на упаковке

б) бесплатные образцы

в) распространение бесплатных (подарочных) купонов в каждую дверь

г) демонстрация (образцов товаров)

18. Тестовый вопрос 18:

Оптовая ярмарка-выставка отличается от продовольственного рынка:

а) нет отличий

б) эпизодичностью поведения

в) организацией проведения

19. Тестовый вопрос 19:

Кто из перечисленных посредников не относится к зависимым?

а) брокер

б) комиссионер

в) дилер

г) агент

20. Тестовый вопрос 20:

С чем связано появление маркетинга в коммерческой деятельности торгового предприятия?

а) технический прогресс

б) обострение конкуренции товаропроизводителей

в) расширение торговых связей

г) обострение конкуренции покупателей

Критерии оценки:

«отлично» - выставляется студенту, если правильные ответы составляют 85 – 100%;
«хорошо» - выставляется студенту, если правильные ответы составляют 70 – 84%;
«удовлетворительно» - выставляется студенту, если правильные ответы составляют 50 – 69%;

«неудовлетворительно» - выставляется студенту, если правильные ответы составляют менее 50%.

Составитель, к.э.н, доцент


(подпись и дата)

28.03.2019

З.Х. Моламусов

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова**

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

**Комплект тестов (тестовых заданий)
по дисциплине «Выставочная деятельность»**

1. Какой девиз имела первая всемирная выставка?
 - А) Миру завтрашнего дня
 - Б) Земля людей
 - В) Пусть все народы работают совместно над великим делом
 - Г) Вода и устойчивое развитие.

2. В какой стране проходила последняя Всемирная выставка 2017 года?
 - А) США
 - Б) Россия
 - В) Казахстан
 - Г) Украина

3. В каком году была проведена первая промышленная выставка в России?
 - А) 1910 год
 - Б) 1829 год
 - В) 1842 год
 - Г) 1903 год

4. Отличительные черты выставки:
 - А) Регулярно организуемое мероприятие
 - Б) Имеет оговоренные число экспонентов, место и сроки проведения
 - В) Посетителями выставки являются как специалисты, так и неспециалисты
 - Г) Преимущественно представляются выставочные образцы продвигаемой продукции
 - Д) Заключаются договоры о продаже, долговременном сотрудничестве или о партнерстве
 - Е) Все варианты верны

5. Функции ярмарок:
 - А) Планирование
 - Б) Контроль
 - В) Мотивация
 - Г) Все варианты верны

6. Где была проведена последняя выставка 19 века?
 - А) Ганновер
 - Б) Париж
 - В) Флоренция
 - Г) Москва

7. Международная выставка FITUR проводится в...
- А) Мадриде
 - Б) Париже
 - В) Амстердаме
 - Г) Берлине
8. В каком городе находится выставка «Леголэнд»?
- А) Виндзор
 - Б) Биллунд
 - В) Лондон
 - Г) Париж
9. Штаб квартира организации международных выставок находится в ...
- А) Москве
 - Б) Санкт-Петербурге
 - В) Париже
 - Г) Лондоне
10. Союз выставок России был переименован в Союз выставок и ярмарок в ...
- А) 2001 году
 - Б) 1998 году
 - В) 2003 году
 - Г) 1999 году
11. Выставка традиционная– это....
- А) Выставка, на которой демонстрируются экспонаты двух и более направлений или отраслей
 - Б) Выставка, на которой демонстрируются экспонаты одного направления или отрасли
 - В) Выставка, которая проводится не меньше двух раз определенным организатором в устоявшийся термин с определенной периодичностью
 - Г) Выставка, в которой принимают участие предприятия регионального рынка
12. В каком городе состоялась первая Всемирная выставка в 1851 году?
- А) Лондон
 - Б) Рим
 - В) Париж
 - Г) Амстердам
13. С какого года выставочным обществом «Сибирская ярмарка» проводится туристская ярмарка?
- А) С 1989 года
 - Б) С 1991 года
 - В) С 1993 года
 - Г) С 1995 года
14. Экспонент – это...
- А) Предприятие, которое обеспечивает доставку и таможенное оформление экспонатов
 - Б) Товар или услуга, демонстрируемые на выставке
 - В) Участник выставки

Г) Подрядчик, осуществляющий работы по монтажу и демонтажу стендов на выставке

15. Юридическое или физическое лицо, которое на основании договора-поручения с организатором выставки и за комиссионное вознаграждение принимает на себя обязательства по комплектации выставки участниками или другие обязанности – это...

- А) Спонсор
- В) Распорядитель
- Г) Агент
- Д) Подрядчик

16. Где находится штаб-квартира Организации международных выставок (ВІЕ)?

- А) В Париже
- Б) В Ганновере
- В) В Брюсселе
- Г) В Амстердаме

17. Когда союз выставок России, стран СНГ и Балтии был переименован в Международный союз выставок и ярмарок?

- А) В 1991 году
- Б) В 1993 году
- В) В 1997 году
- Г) В 1999 году

18. Где проводится международная туристская выставка FITUR?

- А) В Берлине
- Б) В Милане
- В) В Мадриде
- Г) В Москве

19. Когда была принята Парижская конвенция о международных выставках?

- А) В 1921 году
- Б) В 1925 году
- В) В 1928 году
- В 1931 году

20. Ярмарка – это...

А) Мероприятие, направленное на розничную или оптовую торговлю непосредственно во время его проведения

Б) Кратковременное периодическое мероприятие, в рамках которого участники информируют потребителей о своем предприятии и продукции

- В) Оба ответа верны
- Г) Нет верного ответа

21. В каком году состоялась первая торгово-промышленная выставка в Москве?

- А) В 1831 году
- Б) В 1835 году
- В) В 1851 году
- Г) В 1855 году

22. Систематизированный перечень участников, который содержит краткую информацию о них, план выставки – это...

- А) Выставочная брошюра
- Б) Каталог выставки
- В) Реестр
- Г) Проспект

23. Как называются выставки, в которых используются различные средства транспорта?

- А) Передвижные
- Б) Переносные
- В) Универсальные
- В) Специализированные

24. Как называется выставочный стенд, который имеет подход только с одной стороны?

- А) Стенд угловой
- Б) Стенд линейный
- В) Стенд сквозной
- Г) Стенд-полуостров

25. Как называется предприятие, основная деятельность которого связана с организацией и проведением конгрессов, симпозиумов, конференций при условии наличия необходимых площадей и соответствующей инфраструктуры?

- А) Конгресс-центр
- Б) Выставочный центр
- В) Ярмарка
- Г) Выставка

26. Как называется выставка, на которой представлены товары массового потребления, потребителями которых являются частные лица?

- А) Выставка потребительская
- Б) Выставка промышленная
- В) Оба ответа верны
- Г) Нет верного ответа

27. Для чего используется активная зона стенда?

- А) Для переговоров
- Б) Для общения с посетителями и выяснения сферы их интересов
- В) Для привлечения внимания проходящих мимо посетителей
- Г) Нет верного ответа

28. Выставочная деятельность – это...

- А) Важнейший инструмент, который позволяет компаниям продвигать свою продукцию на рынке, поддерживать деловое общение с партнерами
- Б) Инструмент для продажи товаров и услуг
- В) Процесс выкладки товаров на специализированное оборудование
- Г) Деятельность задачей которой является рекламирование товара или услуги


29. Какой этап является начальным при планировании участия в выставке:

- А) Принятие принципиального решения об участии в выставке
- Б) Определение целей участия фирмы в выставке
- В) Работа в ходе функционирования выставки
- Г) Подготовительно-организационная работа

30. С какого года проводится всемирная туристская ярмарка WTM в Лондоне:
А) с 1979 года
Б) с 1981 года
В) с 1983 года
Г) с 1985 года

Критерии оценки:

«отлично» - выставляется студенту, если правильные ответы составляют 85 – 100%;
«хорошо» - выставляется студенту, если правильные ответы составляют 70 – 84%;
«удовлетворительно» - выставляется студенту, если правильные ответы составляют 50 – 69%;
«неудовлетворительно» - выставляется студенту, если правильные ответы составляют менее 50%.

Составитель, к.э.н, доцент  28.03.2019 З.Х. Моламусов
(подпись и дата)

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова**

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

Вопросы для собеседования

по дисциплине «Выставочная деятельность»

**Тема 1. Основные понятия выставочной деятельности, ее зарождение и развитие.
Классификация выставок**

1. Дайте определение понятию «выставка».
2. Назовите отличительные и общие признаки выставки и ярмарки.
3. Определите основных участников выставочной деятельности, охарактеризуйте понятие «выставочная деятельность» для каждого из них.
4. Перечислите основные функции и цели выставочной деятельности.
5. Назовите основные тенденции развития современной выставочной деятельности.

Тема 2. Структура современной выставочной деятельности

1. Охарактеризуйте понятие «материально-техническая база выставочной деятельности».
2. Назовите типовые затраты на организацию выставки.
3. Охарактеризуйте механизм определения себестоимости и ценообразования выставочных услуг.
4. Обоснуйте необходимость принятия бизнес-планов выставочных организаций.
5. В чем заключаются особенности налогообложения выставочной деятельности?
6. Охарактеризуйте основные методы планирования выставочных программ.
7. В чем заключаются особенности делопроизводства выставочной деятельности?
8. Назовите основные функции выставочного менеджера.
9. Что относится к рискам первого, второго и третьего приоритетов?
10. Назовите основные методы снижения выставочного риска.
11. Выделите и охарактеризуйте особенности выставочной рекламы.

Тема 3. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга

1. Назовите основные принципы маркетинга.
2. В чем заключаются преимущества выставки в продвижении предприятия?
3. Как формируется целевая направленность выставочной деятельности?
4. Перечислите функции выставки среди инструментов маркетинга.
5. Перечислите и охарактеризуйте следующие цели участия в выставке: коммуникативные, ценообразовательные, распределения, товарной политики.

Тема 4. Технология подготовки выставки

1. Назовите основных организаторов выставок.
2. Перечислите цели, задачи и правила организации выставок.
3. В чем заключается стратегическое планирование выставочной деятельности?

4. Дайте характеристику основным стадиям подготовительно-организационного периода выставки.

Тема 5. Организация работы выставки и подведение ее итогов

1. Назовите основные цели участия предприятия в выставке.
2. Какими критериями необходимо руководствоваться предприятию при выборе выставочного мероприятия?
3. Перечислите основные подготовительные мероприятия фирмы после принятия решения участвовать в выставке.
4. Охарактеризуйте особенности формирования бюджета и сметы расходов при участии предприятия в выставочном мероприятии.
5. Каким образом организуется подготовка персонала к выставке?
6. Назовите основные виды выставочных стендов.
7. Перечислите основные способы привлечения внимания посетителей к стенду.

Тема 6. Подготовка предприятия к участию в выставке

1. Назовите основные приемы, которые используются при демонстрации экспонатов на выставке.
2. Какими качествами должен обладать стендист?
3. Перечислите основные функции стендиста.
4. Как осуществляется организация контактов с потенциальными партнерами на выставке?
5. Что необходимо подготовить предприятию-участнику выставки для взаимодействия со средствами массовой информации?
6. Перечислите основные обязанности персонала на выставке.
7. Для чего необходимо изучать стенды конкурентов на выставке?

Тема 7. Участие предприятия в выставке

1. Перечислите основные мероприятия, реализуемые после выставки.
2. Какие данные необходимо установить для оценки результатов участия предприятия в выставке?
3. Какие дополнительные данные включаются в итоговый отчет?
4. Для чего необходимо устанавливать не только положительные, но и отрицательные итоги участия предприятия в выставочном мероприятии?
5. Что является наиболее эффективным инструментом для конструирования новых маркетинговых моделей на основании результатов выставки?
6. Перечислите основные составляющие «музея» и архива выставочного проекта.

Критерии оценки:

«отлично» (1 балл) - выставляется студенту при полном усвоении программного материала по дисциплине, полных, последовательных, грамотных и логически излагаемых ответах при видоизменении задания с приведением достаточного количества примеров, подкрепляющих изложение теоретических аспектов дисциплины;

«хорошо» (0,8 балла) - выставляется студенту, при знании программного материала, грамотном изложении, без существенных неточностей в ответе, при способности подкрепить теоретический материал рядом практических примеров;

«удовлетворительно» (0,5 балла) - выставляется студенту при условии, если основной материал усвоен, при ответе допускаются неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдается нарушение последовательности в изложении программного материала, затруднения в подкреплении изложения программного материала практическими примерами;

«неудовлетворительно» (0,2 и менее балла) - выставляется студенту, если при ответе

студент показывает незнание программного материала, при ответе возникают значительные ошибки, затруднения в подкреплении программного материала практическими примерами.

Составитель, к.э.н, доцент _____



(подпись и дата)

28.03.2019

З.Х. Моламусов

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

Перечень тем дискуссий
по дисциплине «Выставочная деятельность»

Тема 1. Основные понятия выставочной деятельности, ее зарождение и развитие.

Классификация выставок

Дискуссия на тему: «Современные выставки как индикаторы развития коммерческой деятельности».

Тема 2. Структура современной выставочной деятельности

Дискуссия на тему: «Необходимость принятия бизнес-планов выставочных организаций».

Тема 3. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга

Дискуссия на тему: «Выставка как значимый инструмент маркетинга».
«Коммуникационные инструменты маркетинга: оценка их эффективности»

Тема 4. Технология подготовки выставки

Дискуссия на тему: «Необходимость организации информационного центра и сервис-бюро в выставочном центре»

Тема 6. Подготовка предприятия к участию в выставке

Дискуссия на тему: «Значимость проведения маркетинговых исследований на выставках».

Тема 7. Участие предприятия в выставке

Дискуссия на тему: «Как повысить эффективность участия предприятия в выставочном мероприятии».

Критерии балльной оценки дискуссии

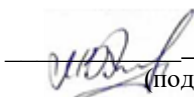
- «отлично» (1 балла) - студент проявляет глубокие знания и навыки, аналитические способности, творческий подход, аргументирует собственное мнение, демонстрирует зрелость суждений, самостоятельное мышление, высокий уровень сформированности компетенций;

- «хорошо» (0,8 балла) - студент проявляет достаточный уровень знаний, навыков и компетенций, демонстрирует самостоятельность, но допускает некоторые неточности, отсутствует достаточная глубина и зрелость суждений;

- «удовлетворительно» (0,5 балл) - студент отвечает не достаточно глубоко и самостоятельно, уровень знаний и сформированности компетенций не высокий, либо отсутствует конкретность, ясность и четкость ответа;

- «неудовлетворительно» (0,2 балла) - студент отвечает неуверенно, поверхностно и бессистемно, допускает неточности и ошибки, проявляет недостаточный уровень знаний и компетенций.

Составитель, к.э.н, доцент



28.03.2019

З.Х. Моламусов

(подпись и дата)

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова**

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

**Комплект заданий для выполнения контрольной работы
студентами заочной формы обучения
по дисциплине «Выставочная деятельность»**

Контрольная работа является формой закрепления и контроля теоретических знаний и практических навыков, полученных студентом во время изучения данной дисциплины. Она выполняется по окончании лекционных и практических занятий в сроки, предусмотренные учебным планом.

Цель контрольной работы - изучение ключевых вопросов программы и привитие навыков самостоятельного изучения учебного материала. Контрольная работа должна показать умение студента кратко и точно отвечать на поставленные в теме вопросы, находить, систематизировать и использовать необходимый материал.

Для написания контрольной работы следует использовать не только литературные источники, но и личные наблюдения, производственный опыт, консультации опытных специалистов в области маркетинга. Перед написанием контрольной работы следует обратиться к конспекту лекций по раскрываемым в них вопросам, ознакомиться с ними в учебной и специальной литературе, в периодических журнальных изданиях. В практической части контрольной работы студент должен ответить на поставленные вопросы, решить задачи, разобрать ситуации, дать пояснения и сделать выводы.

Контрольная работа, выполненная не по распределению, не зачитывается.

Контрольная работа включает 25 вариантов, которые распределены между студентами по начальным буквам их фамилий следующим образом:

Первая буква фамилии	Вариант контрольной работы	Первая буква фамилии	Вариант контрольной работы
А	1	П	15
Б	2	Р	16
В	3	С	17
Г	4	Т	18
Д	5	У	19
Е	6	Ф	20
Ж	7	Х	21
З	8	Ц, Ч	22
И	9	Ш, Щ	23
К	10	Э, Ю	24
Л	11	Я	25
М	12		
Н	13		
О	14		

**Варианты контрольных работ
Вариант 1**

1. Основные определения понятия «выставочная деятельность»
2. Формы участия в выставках.
3. Какой девиз имела первая всемирная выставка?
 - А) Миру завтрашнего дня
 - Б) Земля людей
 - В) Пусть все народы работают совместно над великим делом
 - Г) Вода и устойчивое развитие.

Вариант 2

1. Международные ярмарки, выставки, их классификация и новые формы.
2. Этапы организационного процесса выставочного мероприятия.
3. В какой стране проходила последняя Всемирная выставка 2017 года?
 - А) США
 - Б) Россия
 - В) Казахстан
 - Г) Украина

Вариант 3

1. Основные принципы маркетинга в выставочной деятельности.
2. Выбор выставочных магазинов.
3. В каком году была проведена первая промышленная выставка в России?
 - А) 1910 год
 - Б) 1829 год
 - В) 1842 год
 - Г) 1903 год

Вариант 4

1. Выставки как инструмент маркетинга
2. Определение целей участия в выставке
3. Отличительные черты выставки:
 - А) Регулярно организуемое мероприятие
 - Б) Имеет оговоренные число экспонентов, место и сроки проведения
 - В) Посетителями выставки являются как специалисты, так и неспециалисты
 - Г) Преимущественно представляются выставочные образцы продвигаемой продукции
 - Д) Заключаются договоры о продаже, долговременном сотрудничестве или о партнерстве
 - Е) Все варианты верны

Вариант 5

1. Решения об участии на выставке.
2. Роль выставочной деятельности при выработке стратегии фирмы.
3. Функции ярмарок:
 - А) Планирование
 - Б) Контроль
 - В) Мотивация
 - Г) Все варианты верны

Вариант 6

1. Выбор экспонатов и выставочной программы.
2. Риски второго приоритета.
3. Где была проведена последняя выставка 19 века?
 - А) Ганновер
 - Б) Париж
 - В) Флоренция
 - Г) Москва

Вариант 7

1. Регистрация и оформление участия в выставке

2. Риски первого приоритета овли.
3. Международная выставка FITUR проводится в...
 - А) Мадриде
 - Б) Париже
 - В) Амстердаме
 - Г) Берлине

Вариант 8

1. Значение выставочного стенда в организационном процессе.
2. Основные принципы управления риском в выставочной деятельности.
3. В каком городе находится выставка «Леголэнд»?
 - А) Виндзор
 - Б) Биллунд
 - В) Лондон
 - Г) Париж

Вариант 9

1. Выставочная стадия. Работа на стенде
2. Характеристика рисков выставочного участия.
3. Штаб квартира организации международных выставок находится в ...
 - А) Москве
 - Б) Санкт-Петербурге
 - В) Париже
 - Г) Лондоне

Вариант 10

1. Особенности работы на стенде
2. После выставочная обработка данных.
3. Союз выставок России был переименован в Союз выставок и ярмарок в ...
 - А) 2001 году
 - Б) 1998 году
 - В) 2003 году
 - Г) 1999 году

Вариант 11

1. Риски третьего приоритета.
2. Оценка требуемой площади стенда.
3. Выставка традиционная– это....
 - А) Выставка, на которой демонстрируются экспонаты двух и более направлений или отраслей
 - Б) Выставка, на которой демонстрируются экспонаты одного направления или отрасли
 - В) Выставка, которая проводится не меньше двух раз определенным организатором в устоявшийся термин с определенной периодичностью
 - Г) Выставка, в которой принимают участие предприятия регионального рынка

Вариант 12

1. Пути снижения выставочного риска.
2. Составление бюджета участия в выставке.
3. В каком городе состоялась первая Всемирная выставка в 1851 году?
 - А) Лондон
 - Б) Рим
 - В) Париж
 - Г) Амстердам

Вариант 13

1. Получение дополнительной информации.
2. Особенности бухгалтерского и налогового учета затрат у фирм, участвующих в выставках

3. С какого года выставочным обществом «Сибирская ярмарка» проводится туристская ярмарка?

- А) С 1989 года
- Б) С 1991 года
- В) С 1993 года
- Г) С 1995 года

Вариант 14

1. Диверсификация как метод снижения риска.
2. Особенности бухгалтерского и налогового учета у фирм, организующих выставки
3. Экспонент – это...

- А) Предприятие, которое обеспечивает доставку и таможенное оформление экспонатов
- Б) Товар или услуга, демонстрируемые на выставке
- В) Участник выставки
- Г) Подрядчик, осуществляющий работы по монтажу и демонтажу стендов на выставке

Вариант 15

1. Страхование как способ снижения риска.
2. Создание резерва.
3. Юридическое или физическое лицо, которое на основании договора-поручения с организатором выставки и за комиссионное вознаграждение принимает на себя обязательства по комплектации выставки участниками или другие обязанности – это...

- А) Спонсор
- Б) Распорядитель
- Г) Агент
- Д) Подрядчик

Вариант 16

1. Инфраструктура выставочной деятельности.
2. Смена приоритетов.
3. Где находится штаб-квартира Организации международных выставок (ВІЕ)?

- А) В Париже
- Б) В Ганновере
- В) В Брюсселе
- Г) В Амстердаме

Вариант 17

1. Координация участников выставочной деятельности
2. Основные элементы товарного рынка.
3. Когда союз выставок России, стран СНГ и Балтии был переименован в Международный союз выставок и ярмарок?

- А) В 1991 году
- Б) В 1993 году
- В) В 1997 году
- Г) В 1999 году

Вариант 18

1. Роль торгово – промышленной палаты РФ в координации выставочной деятельности
2. Специализированные выставочные центры Москвы, Санкт-Петербурга.
3. Где проводится международная туристская выставка FITUR?

- А) В Берлине
- Б) В Милане
- В) В Мадриде
- Г) В Москве

Вариант 19

1. Развитие и координация выставочной деятельности на международном уровне
2. Международная таможенная конвенция.
3. Когда была принята Парижская конвенция о международных выставках?
 - А) В 1921 году
 - Б) В 1925 году
 - В) В 1928 году
 - Г) В 1931 году

Вариант 20

1. Межгосударственный совет по выставочно – ярмарочной деятельности
2. Международные соглашения в области выставочной деятельности (Парижская конвенция 1928 г.)
3. Ярмарка – это...
 - А) Мероприятие, направленное на розничную или оптовую торговлю непосредственно во время его проведения
 - Б) Кратковременное периодическое мероприятие, в рамках которого участники информируют потребителей о своем предприятии и продукции
 - В) Оба ответа верны
 - Г) Нет верного ответа

Вариант 21

1. Территориальное распределение выставок.
2. Первостепенные цели участия в выставке
3. В каком году состоялась первая торгово-промышленная выставка в Москве?
 - А) В 1831 году
 - Б) В 1835 году
 - В) В 1851 году
 - Г) В 1855 году

Вариант 22

1. Тематика выставок
2. Работа персонала предприятия во время международной выставки
3. Систематизированный перечень участников, который содержит краткую информацию о них, план выставки – это...
 - А) Выставочная брошюра
 - Б) Каталог выставки
 - В) Реестр
 - Г) Проспект

Вариант 23

1. Выставочные комплексы и сервисные услуги.
2. Основные статьи затрат предприятия на участие в выставке
3. Как называются выставки, в которых используются различные средства транспорта?
 - А) Передвижные
 - Б) Переносные
 - В) Универсальные
 - Г) Специализированные

Вариант 24

1. Роль туристских выставочных мероприятий в системе маркетинговых коммуникаций
2. Процесс организации участия туристической фирмы в работе выставки
3. Как называется выставочный стенд, который имеет подход только с одной стороны?
 - А) Стенд угловой
 - Б) Стенд линейный
 - В) Стенд сквозной
 - Г) Стенд-полуостров

Вариант 25

1. Коммуникативные цели участия в выставке
2. Ценообразовательные цели участия в выставке
3. Как называется предприятие, основная деятельность которого связана с организацией и проведением конгрессов, симпозиумов, конференций при условии наличия необходимых площадей и соответствующей инфраструктуры?
 - А) Конгресс-центр
 - Б) Выставочный центр
 - В) Ярмарка
 - Г) Выставка

Методические указания по оформлению контрольной (письменной) работы.

На титульном листе указываются кафедра, факультет, направление подготовки, профиль, название дисциплины, номер варианта, фамилия, имя, отчество студента, курс, номер группы и студенческого билета, Ф.И.О. преподавателя.

Работа должна быть выполнена любым печатным способом на пишущей машинке или с использованием компьютера и принтера на одной стороне листа белой бумаги формата А4 через полтора интервала. Цвет шрифта должен быть черным, высота букв, цифр и других знаков — не менее 1,8 мм (шрифт Times New Roman, кегль 14).

Текст работы следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее – 25 мм, нижнее – 25 мм.

Не разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на определенных терминах, формулах, теоремах, применяя шрифты разной гарнитуры.

Страницы контрольной работы нумеруются, титульный лист является первой страницей (номер страницы на титульном листе не проставляется); на 2-ой странице дается план (содержание); далее следуют наименования разделов работы. Все иллюстрации и таблицы должны быть пронумерованы.

Каждую иллюстрацию необходимо снабжать подрисуночной надписью, таблицы с заголовками должны быть помещены в тексте после абзацев, содержащих ссылки на них; формулы в работе следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах всей работы арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке. Первая строка пояснения должна начинаться со слова «где» без двоеточия после него.

Например, производительность труда вычисляют по формуле:

$$П = Т : Ч, \quad (1)$$

где П - производительность труда, тыс. руб./чел.;

Т - объем товарооборота, тыс. руб.;

Ч - среднесписочная численность работников, чел.

В конце работы должен быть приведен список использованной литературы (в алфавитном порядке) с выходными данными (место издания, издательство, год издания), поставлены дата выполнения контрольной работы и подпись студента. Положительно оценивается иллюстрация материалов работы таблицами, схемами, графиками и диаграммами.

Работы, выполненные небрежно (содержащие зачеркнутые строки, сокращения слов, вписанные слова, стилистические и грамматические ошибки и т.д.) будут возвращены для исправления.

По результатам проверки контрольной работы выставляется оценка «Зачтено» или «Не зачтено». В случае допуска к собеседованию студенту следует подготовить ответы на замечания и вопросы рецензента, написанные в контрольной работе, при необходимости – выполнить письменное дополнение к ней. Работы, не допущенные преподавателем, выполняются повторно с устранением всех отмеченных недостатков и предоставляются на проверку вместе с первой контрольной работой.

Критерии оценки:

«зачтено» (20-40 баллов) - выставляется студенту при глубоком и полном раскрытии

вопросов контрольной работы, полных, последовательных, грамотных и логически излагаемых ответах с приведением достаточного количества примеров, на основе анализа нескольких современных литературных источников;

«незачтено» (менее 20 баллов) - выставляется студенту при недостаточном раскрытии вопросов контрольной работы на основе анализа одного литературного источника; если работа является плагиатом.

Составитель, к.э.н, доцент


(подпись и дата)

28.03.2019

З.Х. Моламусов

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова**

Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

**Темы рефератов
по дисциплине «Выставочная деятельность»**

Реферат – форма письменной работы и метод оценивания формируемых компетенций в виде изложения заданной темы на основе самостоятельного изучения и систематизации литературных источников (монографий, научных статей и др.).

Цель написания реферата – приобретение студентами компетенций и навыков самостоятельной работы в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям. В реферате обучающийся должен в четко проработанной форме раскрыть основные положения рассматриваемой темы. В тексте должны композиционно выделяться структурные части работы, отражающие суть исследования: введение, основная часть и заключение, а также заголовки и подзаголовки.

Общий объем реферата – 15-20 страниц печатного текста.

Время выступления – 5 – 7 минут.

Тема 2. Структура современной выставочной деятельности

1. Страхование выставок, экспонентов и экспонатов.
2. Защита интеллектуальной собственности, демонстрируемой в качестве экспонатов.
3. Координация выставочной деятельности на федеральном уровне и в регионе.
4. Международные соглашения в сфере выставочной деятельности

Тема 3. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга

1. Коммуникационные цели и задачи выставочной деятельности
2. Развитие системы стимулирования сбыта посредством выставочной деятельности.
3. Особенности рекламной деятельности в выставочной деятельности
4. Оценка эффективности продвижения с использованием ярмарок и выставок

Тема 4. Технология подготовки выставки

1. Роль торгово-промышленных палат при организации выставочной деятельности в России
2. Сервис-бюро в выставочном центре»
3. Документационное обеспечение выставочной деятельности
4. Пути снижения выставочных рисков (получение дополнительной информации, диверсификация, страхование, создание резерва).

Тема 5. Организация работы выставки и подведение ее итогов

1. Основные методы оценки выставочного мероприятия
2. Анализ итогов выставочного мероприятия (подведение и анализ итогов организации выставки, оценка эффективности организации выставочного мероприятия).
3. Рекламные технологии в выставочной деятельности
4. Механизм определения себестоимости и ценообразования выставочных услуг.

Критерии оценки:

Критерии оценки:

- 1 балл - (отлично) - ставится студенту, демонстрирующему полное знание фактического


материала, при полной реализации цели и задач исследования (новизна и актуальность поставленных в реферате, докладе проблем, правильность формулирования цели, определения задач исследования, правильность выбора методов решения задач и реализации цели; при высокой степени обоснованности аргументов и обобщений (полнота, глубина, всесторонность раскрытия темы, логичность и последовательность изложения материала, корректность аргументации и системы доказательств, характер и достоверность примеров, иллюстративного материала, широта кругозора автора, наличие знаний интегрированного характера, способность к обобщению), при использовании современных литературных источников;

0,8 балла - (хорошо) заслуживает студент, демонстрирующий знание материала, при достаточной реализации цели и задач исследования вопроса (новизна и актуальность поставленных в реферате проблем, правильность формулирования цели, определения задач исследования, правильность выбора методов решения задач и реализации цели; при достаточной степени обоснованности аргументов и обобщений (полнота, глубина, всесторонность раскрытия темы, логичность и последовательность изложения материала, корректность аргументации и системы доказательств, характер и достоверность примеров, иллюстративного материала, широта кругозора автора, наличие знаний интегрированного характера, способность к обобщению), при использовании литературных источников;

0,5 балла - (удовлетворительно) выставляется студенту, если содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике; в целом реферат оформлен в соответствии с общими требованиями написания реферата, но есть погрешности в техническом оформлении; в целом реферат имеет чёткую композицию и структуру, но в тексте реферата есть логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлен список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; некорректно оформлены или не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата; в целом реферат представляет собой самостоятельное исследование, представлен анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата;

0,2 балла и менее - (неудовлетворительно) заслуживает студент, не выполнивший программу задания: содержание реферата не соответствует заявленной в названии тематике или в реферате отмечены нарушения общих требований написания реферата; есть ошибки в техническом оформлении; есть нарушения композиции и структуры; в тексте реферата есть логические нарушения в представлении материала; не в полном объёме представлен список использованной литературы, отсутствуют или некорректно оформлены и не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата.

Не получив максимальный балл, студент имеет право с разрешения преподавателя доработать реферат, исправить замечания и вновь сдать реферат на проверку.

Составитель, к.э.н, доцент  28.03.2019 3.Х. Моламусов
(подпись и дата)

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ (АКТУАЛИЗАЦИИ)

Фонд оценочных средств по учебной дисциплине «Выставочная деятельность» с внесенными дополнениями и изменениями рекомендован к утверждению на заседании кафедры торговли и общественного питания, протокол от 17.03.2020 № 8

И.о.заведующий кафедрой



Е.Н. Губа

Фонд оценочных средств по учебной дисциплине «Выставочная деятельность» с внесенными дополнениями и изменениями рекомендован к утверждению на заседании кафедры торговли и общественного питания, протокол от 17.02.2022 № 7

Заведующий кафедрой



Е.Н. Губа

Оценочные материалы по учебной дисциплине «Выставочная деятельность» с внесенными дополнениями и изменениями рекомендованы к утверждению на заседании кафедры товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса, протокол от 28.02.2023 № 7

Заведующий кафедрой



Е.Н. Губа