

Рецензенты:

Хохлова Т.А. к.э.н., доцент кафедры экономики и управления Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

Жуков Б.М., д.э.н., профессор кафедры менеджмента и торгового дела Краснодарского кооперативного института автономной некоммерческой образовательной организации Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»

Аннотация рабочей программы дисциплины «Выставочная деятельность»:

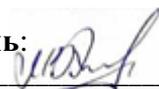
Цель дисциплины «Выставочная деятельность» изучить все составляющие выставочной деятельности и научить студентов осуществлять работу по организации выставочной деятельности. Выставочная деятельность является важной составляющей сферы деловых услуг, способствующей продвижению товаров и услуг на внешний и внутренний рынок.

Задачи дисциплины:

- изучение истории развития выставочной деятельности в России и за рубежом;
- определение основных тенденций развития выставочного дела на современном этапе;
- изучение терминологии и теоретических аспектов организации выставочной деятельности;
- получение навыков организации выставочной деятельности;
- установление целей участия в выставках;
- определение роли выставочной деятельности в системе маркетинговых коммуникаций;
- анализ эффективности выставок.

Рабочая программа дисциплины составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта.

Составитель:


(подпись)

З.Х. Моламусов, к.э.н., доцент кафедры торговли и общественного питания

Рабочая программа рекомендована к утверждению кафедрой торговли и общественного питания

Протокол от «28» марта 2019 г. № 8

Зав. КТП, к.э.н., доцент



С.Н. Диянова

Протокол заседания Учебно-методического совета от «18» 04 2019 г. № 6

СОГЛАСОВАНО



Цимбал С.В., заместитель генерального директора
ООО «ЭлитЭкспоСтрой»

СОДЕРЖАНИЕ

I.ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....	4
II.СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
III.ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	8
IV.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
V. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	14
VI. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ.....	19
VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	26
VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	27
Лист регистрации изменений	35
Приложения:	
А. Карта обеспеченности дисциплины учебными изданиями и иными информационно-библиотечными ресурсами	

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1 Цель дисциплины

Целью учебной дисциплины «Выставочная деятельность» является: освоение студентами теоретических знаний в области выставочной деятельности и научить студентов осуществлять работу по организации выставочной деятельности.

1.2 Учебные задачи дисциплины

Задачами дисциплины являются:

- изучение истории развития выставочной деятельности в России и за рубежом;
- определение основных тенденций развития выставочного дела на современном этапе;
- изучение терминологии и теоретических аспектов организации выставочной деятельности;
- получение навыков организации выставочной деятельности;
- установление целей участия в выставках;
- определение роли выставочной деятельности в системе маркетинговых коммуникаций;
- анализ эффективности выставок.

1.3 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО (основной профессиональной образовательной программы высшего образования)

Дисциплина «Выставочная деятельность» относится к вариативной части учебного плана Б1.В.06. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Коммерческая деятельность», «Менеджмент».

Для успешного освоения дисциплины «Выставочная деятельность» студент должен:

1. Знать: основные принципы формирования потребностей покупателей с помощью системы маркетинговых коммуникаций, методики изучения потребителей и анализа маркетинговой информации; методологию разработки проектов торгово-технологических и логистических процессов и систем в области коммерции, маркетинга, рекламы, логистики и (или) товароведения.

2. Уметь: определять величину спроса, анализировать конъюнктуру товарного рынка, анализировать маркетинговую информацию, выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, формировать спрос с помощью маркетинговых коммуникаций; участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной).

3. Владеть: методами анализа, исследования и формирования потребностей покупателей с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка; навыками реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной).

Изучение дисциплины «Выставочная деятельность» необходимо для дальнейшего освоения таких дисциплин, как: «Управление торговой организацией», «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков», «Оптово-посреднические операции», «Внешнеэкономические операции».

1.4 Объем дисциплины и виды учебной работы

Показатели объема дисциплины	Всего часов по формам обучения		
	Очная	Заочная	Очно-заочная
Объем дисциплины в зачетных единицах	3 ЗЕТ		
Объем дисциплины в часах	108		
Контактная работа обучающихся с преподавателем (контактные часы), всего	28,25	10,25	26,25
1.Аудиторная работа (Ауд), всего:	28	10	26

в том числе:			
лекции, в том числе интерактивные ()	14 (8)	4 (2)	10 (4)
лабораторные занятия, в том числе интерактивные ()	-	-	-
практические (семинарские) занятия, в том числе интерактивные ()	14 (14)	6 (2)	16 (4)
2.Электронное обучение (Элек.)	-	-	-
3.Индивидуальные консультации (ИК)	-	-	-
4.Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)	0,25	0,25	0,25
Самостоятельная работа (СР). всего:	79,75	97,75	81,75
в том числе:			
самостоятельная работа в семестре (СРС)	79,75	94	81,75
самостоятельная работа в период экз.сессии (Контроль)	-	3,75	-

Контактная работа при проведении учебных занятий по дисциплине осуществляется в соответствии с приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

1.5 Требования к результатам освоения содержания дисциплины

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие профессиональные (ПК) компетенции:

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.

В результате освоения компетенции **ПК- 3** студент должен:

Знать:

- 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.

Уметь:

- 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.

Владеть:

- методами анализа, исследования и формирования потребностей участников выставочной деятельности на определенных сегментах рынка.

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

В результате освоения компетенции **ПК- 13** студент должен:

Знать:

- методологию разработки и реализации проектов организации выставочной деятельности.

Уметь:

- планировать проектные мероприятия, внедрять и обновлять технологические или проектные решения в области выставочной деятельности

Владеть:

- навыками реализации проектов в области выставочной деятельности.

1.6 Формы контроля

Текущий контроль и рубежный контроль осуществляется в процессе освоения дисциплины лектором и преподавателем, ведущим практические занятия в соответствии с календарно-тематическим планом в объеме 14,0 часов, запланированных в расчете педагогической нагрузки по дисциплине «Выставочная деятельность» в виде следующих работ: собеседование, дискуссии, оценка рефератов, тестирования.

Промежуточная аттестация проводится в 6 семестре – **зачет**, для очно-заочной формы обучения в 7 семестре – **зачет**.

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы обучающегося по программе бакалавриата. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы обучающегося осуществляется в соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова». Распределение баллов по отдельным видам работ в процессе освоения дисциплины «Выставочная деятельность» осуществляется в соответствии с разделом VIII.

1.7 Требования к адаптации учебно-методического обеспечения дисциплины для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Требования к адаптации учебно-методического обеспечения дисциплины для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов определены в «Положении об организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова». (<http://www.rea.ru>)

Набор адаптационных методов обучения, процедур текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации осуществляется исходя из специфических особенностей восприятия, переработки материала обучающимися с ограниченными возможностями здоровья с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы, программы реабилитации инвалида с учетом индивидуальных психофизических особенностей.

II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Содержание дисциплины «Выставочная деятельность», описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения ОПОП ВО представлено в таблице 2.1

Таблица 2.1

Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Формируемые компетенции	Образовательные технологии
<i>Семестр 6</i>			
<p>Тема 1. Основные понятия выставочной деятельности, ее зарождение и развитие. Классификация выставок</p>	<p>История и современные тенденции развития выставочной деятельности в России и за рубежом. Выставка как рыночное мероприятие. Основные отличия выставки от ярмарки. Участники выставочной деятельности: организатор, посетитель, экспонент. Понятие «выставочная деятельность» для организатора, экспонента и содействующих организаций. Функции и цели выставочной деятельности.</p> <p>Классификация выставок по географическому составу экспонентов (всемирные, международные, выставки с международным участием, национальные, межрегиональные, местные).</p> <p>Классификация по тематическому или отраслевому признаку (универсальные и специализированные (многоотраслевые и отраслевые)). Классификация по степени значимости (федерального, межрегионального, регионального, местного значения). Классификация по времени функционирования (постоянно действующие, временные, краткосрочные). Классификация по организационному признаку (выставки-ярмарки, выставка-конференция, выставка-форум, выставка-салон). Классификация по территориальному признаку (проводимые внутри страны и на территории других стран)</p>	<p>ПК-3</p>	<p>Входной контроль-тестирование, лекция, собеседование, дискуссия, самостоятельная работа студентов</p>
<p>Тема 2. Структура современной выставочной деятельности</p>	<p>Материально-техническая база выставочной деятельности. Экономические аспекты выставочной деятельности (затраты и ценообразование, особенности бухгалтерского учета и налогообложение). Планирование и управление выставочной деятельностью (метод планирования по контрольным срокам, метод линейных диаграмм, метод сетевого планирования). Документационное обеспечение выставочной деятельности. Деятельность выставочного менеджера.</p>	<p>ПК-3 ПК-13</p>	<p>Интерактивная лекция, собеседование, дискуссия реферат, самостоятельная работа студентов</p>

	Экономический анализ рисков в выставочной деятельности (три основные группы рисков по приоритетам). Пути снижения выставочных рисков (получение дополнительной информации, диверсификация, страхование, создание резерва). Рекламные технологии в выставочной деятельности		
Тема 3. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга	Выставка как элемент маркетинговых интегрированных коммуникаций. Значение выставки в организации продвижения фирмы на рынок. Принцип выбора выставки по регионам, по целевым группам. Цели и задачи участия предприятия в выставке. Мультифункциональное значение выставки как инструмента коммуникации, ценообразования, распределения и товарной политики.	ПК-3	Интерактивная лекция, собеседование, реферат, дискуссия, самостоятельная работа студентов
Тема 4. Технология подготовки выставки	Организаторы выставочных мероприятий. Основные цели, задачи и правила организации выставок. Процесс организации выставочной деятельности. Характеристика основных этапов подготовки выставки. Стратегическое планирование. Подготовительно-организационный период (анализ внешней и внутренней среды, разработка концепции выставочного проекта и предварительная оценка затрат, подготовительный период). Первый этап подготовительного периода – подготовка материально-технической базы выставочного мероприятия; формирование состава организационного комитета и рабочей группы; разработка программы мероприятий выставки, заявочной документации, формирование клиентской базы, базы VIP-посетителей; разработка рекламной кампании и системы информационной поддержки проекта (каталоги-справочники, справочные приложения, мультимедийные продукты); Второй этап подготовительного периода - проверка и корректировка экспозиционного плана выставки, разработка и реализация оформления выставочного пространства, подготовка оборудования, организация сервис-бюро, размещение рекламной и информационной продукции, рассылка приглашений; разработка методик необходимых исследований и графика работы, подготовка PR- мероприятий	ПК-3 ПК-13	Лекция, собеседование, дискуссия, реферат, самостоятельная работа студентов
Тема 5. Организация работы выставки и подведение ее итогов	Характеристика этапов проведения выставки. Работа выставки (проведение мероприятий, контроль функ-	ПК-3 ПК-13	Интерактивная лекция, реферат, собеседование, дискуссия, самостоятельная работа студентов

	ционирования выставочного мероприятия, обеспечение работы информационного центра). Послевыставочный этап (пост-выставочный демонтаж выставки, оформление и выдача итоговых документов участникам, подготовка официального отчета, организация архива проекта). Анализ итогов выставочного мероприятия (подведение и анализ итогов организации выставки, оценка эффективности организации выставочного мероприятия)		
Тема 6. Подготовка предприятия к участию в выставке	Определение целей участия в выставке. Выбор выставки и формы участия в ней, подача заявки и материалов для каталога в организационный комитет выставочного мероприятия. Планирование бюджета и маркетинговых исследований на выставке, разработка выставочной программы и выбор экспонатов, создание информационных материалов и приглашений. Подбор персонала и обучение его работе на выставке. Виды выставочных стендов. Подготовка выставочного стенда, оформление экспозиции. Регистрация и оформление участия в выставочном мероприятии	ПК-3 ПК-13	Интерактивная лекция, собеседование, дискуссия, тест, самостоятельная работа студентов
Тема 7. Участие предприятия в выставке	Организация показа экспонатов. Работа персонала на выставке. Функции стендиста. Организация контактов с потенциальными партнерами. Работа со средствами массовой информации. Проведение запланированных маркетинговых исследований. Изучение стендов конкурентов на выставке. Закрытие выставки, демонтаж оборудования, отправка экспонатов	ПК-3 ПК-13	Лекция, собеседование, тестирование, дискуссия самостоятельная работа студентов

III. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «Выставочная деятельность» используются следующие образовательные технологии в виде контактной и самостоятельной работы:

1. Стандартные методы обучения:

- лекции;
- практические занятия, на которых, в рамках собеседования, обсуждаются основные проблемы, раскрываемые в лекциях и сформулированные в домашних заданиях;
- тестирование;
- самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к практическим занятиям, подготовка контрольной работы (для студентов заочной формы обучения), рефератов, в.т.ч. с презентацией, работа с литературой.

2. Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- интерактивные лекции;
- дискуссии.

IV. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Литература

Основная литература:

1. Никулина Н.Н. Организация коммерческой деятельности предприятий. По отраслям и сферам применения: учеб. пособие./ Н.Н. Никулина, Л.Ф. Суходоева, Н.Д. Эриашвили. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 319 с. ISBN 978-5-238-02319-9. - Режим доступа <https://znanium.com/bookread2.php?book=1028892>
2. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Панкратов Ф.Г., - 13-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2017. - 500 с.: 60x84 1/16 ISBN 978-5-394-01418-5 - Режим доступа: <https://znanium.com/bookread2.php?book=317391>
3. Диянова С.Н. Оптовая торговля. Организация и управление коммерческой деятельностью: Учебное пособие / С.Н. Диянова, Н.И. Денисова. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2012. - 384 с. - <http://znanium.com/bookread2.php?book=320695>

Нормативно-правовые документы:

1. [Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. N 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" \(с изменениями и дополнениями\).](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/) - http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/
2. [Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 51303-2013 "Торговля. Термины и определения" \(утв. приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 28 августа 2013 г. N 582-ст\) \(с изменениями и дополнениями\).](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_167655/) - http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_167655/
3. [Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 51773-2009 "Услуги торговли. Классификация предприятий торговли" \(утв. приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 15 декабря 2009 г. N 771-ст\)](http://ivo.garant.ru/#/basesearch/ГОСТЫ_торговля:3) - http://ivo.garant.ru/#/basesearch/ГОСТЫ_торговля:3
4. Гражданский кодекс Российской Федерации часть первая от 30 ноября 1994 г. N 51-ФЗ, часть вторая от 26 января 1996 г. N 14-ФЗ, часть третья от 26 ноября 2001 г. N 146-ФЗ и часть четвертая от 18 декабря 2006 г. N 230-ФЗ – <http://ivo.garant.ru/#/document/10164072/entry/0:8>

Дополнительная литература:

1. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник / Ф.П. Половцева. - 2-е изд. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. - <http://znanium.com/bookread2.php?book=398696>
 2. Пигунова О.В. Коммерческая деятельность предприятия : учеб. пособие / О.В. Пигунова, Е.П. Науменко. - Минск: Вышэйшая школа, 2014. - 255 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=509252>
 3. Петров А.М. Договоры коммерческой деятельности: Практическое пособие/А.М.Петров - М.: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 396 с. - <http://znanium.com/bookread2.php?book=507956>
 4. Эффективность коммерческой деятельности / Маклаков Г.В. - М.: Дашков и К, 2016. - 232 с. - <http://znanium.com/bookread2.php?book=557756>
 5. Кобелев И.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности коммерческих организаций: Учебное пособие / И.В. Кобелева, Н.С. Ивашина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 256 с. - <http://znanium.com/bookread2.php?book=469818>
 6. Дашков Л.П., Организация и управление коммерческой деятельностью: Учебник / Дашков Л.П., Памбухчиянц О.В., - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2018. - 400 с.: . - (Учебные издания для бакалавров) ISBN 978-5-394-02531-0 - Режим доступа: <https://znanium.com/bookread2.php?book=329767>
 7. Основы коммерции: Учебное пособие / Г.А. Яковлев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 224 с. - <http://znanium.com/bookread2.php?book=484736>
- Карта обеспеченности дисциплины учебными изданиями и иными информационно-библиотечными ресурсами представлена в приложении 1.

4.2 Перечень информационно-справочных систем

1. Информационно-правовой портал «КонсультантПлюс» <http://www.consultant.ru>
2. Кодексы и законы РФ - правовая справочно-консультационная система <http://kodeks.systems.ru>
3. Информационно-правовая система «Законодательство России» <http://pravo.gov.ru/ips/>
4. Информационно-правовая система «Гарант» <http://www.garant.ru/>

4.3 Перечень электронно-образовательных ресурсов

1. ЭБС «ИНФРА-М» <http://znanium.com>
2. Научная электронная библиотека elibrary.ru <https://elibrary.ru/>
3. ЭБС ВООК.ru <http://www.book.ru>
4. ЭБС «Лань» <https://e.lanbook.com/>
5. Университетская библиотека online <http://biblioclub.ru/>
6. ЭБС «Grebennikon» <https://grebennikon.ru/>

4.4 Перечень профессиональных баз данных

1. Крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования elibrary.ru <http://elibrary.ru>
2. Scopus – крупнейшая единая база данных, содержащая аннотации и информацию о цитируемости рецензируемой научной литературы, со встроенными инструментами отслеживания, анализа и визуализации данных
3. Статистическая база данных по российской экономике <http://www.gks.ru>

4.5 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Энциклопедия маркетинга <http://www.marketing.spb.ru/read.htm>
2. Официальный сайт Министерства экономического развития <http://economy.gov.ru/minec/main>
3. Сайт «Компьютерная поддержка учебно-методической деятельности филиала»

<http://vrgteu.ru>

4. Росбизнесконсалтинг -<http://www.rbc.ru>

5. Корпоративные финансы. Теория и практика финансового анализа, инвестиции, менеджмент, финансы, журналы и книги, бизнес-планы реальных предприятий, программы инвестиционного анализа и управления проектами, маркетинг и реклама.- <http://cfin.ru/>

6. Издательская группа «Дело и Сервис». Электронные версии журналов.-
<http://www.dis.ru>

4.6 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по практике, включая перечень программного обеспечения

1. Операционная система Windows 10
2. Пакет прикладных программ Office Professional Plus 2010 Rus,
3. Антивирусная программа Касперского Kaspersky Endpoint Security для бизнеса-Расширенный Rus Edition
4. PeaZip,
5. Adobe Acrobat Reader DC

4.7 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Задания для организации самостоятельной работы представлено на сайте компьютерной поддержки учебной деятельности Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова в «Методическое пособие по проведению практических занятий с использованием интерактивных методов обучения и организации самостоятельно работы» по дисциплине «Выставочная деятельность» Режим доступа: <http://vrgteu.ru>.

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

Литература: О-1; О-2, Д-3, НПД-1.

Вопросы для самопроверки:

1. История и современные тенденции развития выставочной деятельности в России и за рубежом.
2. Выставка как рыночное мероприятие.
3. Основные отличия выставки от ярмарки.
4. Участники выставочной деятельности: организатор, посетитель, экспонент.

Вопросы для самостоятельной подготовки:

1. Понятие «выставочная деятельность» для организатора, экспонента и содействующих организаций.
2. Функции и цели выставочной деятельности

Тема 2. Структура современной выставочной деятельности

Литература: О-1; Д-2; НПД-1, НПД-2, Д-4.

Вопросы для самопроверки:

1. Материально-техническая база выставочной деятельности.
2. Экономические аспекты выставочной деятельности (затраты и ценообразование, особенности бухгалтерского учета и налогообложение).
3. Планирование и управление выставочной деятельностью (метод планирования по контрольным срокам, метод линейных диаграмм, метод сетевого планирования).
4. Документационное обеспечение выставочной деятельности.
5. Деятельность выставочного менеджера.

Вопросы для самостоятельной подготовки:

1. Экономический анализ рисков в выставочной деятельности (три основные группы рисков по приоритетам).
2. Пути снижения выставочных рисков (получение дополнительной информации, диверсификация, страхование, создание резерва).
3. Рекламные технологии в выставочной деятельности

Тематика рефератов

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

Задание для самостоятельной работы : подготовить выступление о различных видах выставок с демонстрацией соответствующих слайдов презентаций.

Тема 3. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга

Литература: О-1; О-2; Д-2; НПД-1, НПД-3, Д-6.

Вопросы для самопроверки:

1. Выставка как элемент маркетинговых интегрированных коммуникаций.
2. Значение выставки в организации продвижения фирмы на рынок.
3. Принцип выбора выставки по регионам, по целевым группам.

Вопросы для самостоятельной подготовки:

1. Цели и задачи участия предприятия в выставке.
2. Мультифункциональное значение выставки как инструмента коммуникации, ценообразования, распределения и товарной политики.

Тематика рефератов

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

Литература: О-1; О-3; Д-2; НПД-1, НПД-2, Д-7.

Вопросы для самопроверки:

1. Организаторы выставочных мероприятий.
2. Основные цели, задачи и правила организации выставок.
3. Процесс организации выставочной деятельности.
4. Характеристика основных этапов подготовки выставки.
5. Стратегическое планирование.

Вопросы для самостоятельной подготовки:

1. Подготовительно-организационный период (анализ внешней и внутренней среды, разработка концепции выставочного проекта и предварительная оценка затрат, подготовительный период).

2. Первый этап подготовительного периода – подготовка материально-технической базы выставочного мероприятия; формирование состава организационного комитета и рабочей группы; разработка программы мероприятий выставки, заявочной документации, формирование клиентской базы, базы VIP-посетителей; разработка рекламной кампании и системы информационной поддержки проекта (каталоги-справочники, справочные приложения, мультимедийные продукты);

3. Второй этап подготовительного периода - проверка и корректировка экспозиционного плана выставки, разработка и реализация оформления выставочного пространства, подготовка оборудования, организация сервис-бюро, размещение рекламной и информа-

ционной продукции, рассылка приглашений; разработка методик необходимых исследований и графика работы, подготовка PR- мероприятий.

Тематика рефератов

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

Литература: О-1; О-2; Д-2; НПД-1, НПД-2, Д-5.

Вопросы для самопроверки:

1. Характеристика этапов проведения выставки.
2. Работа выставки (проведение мероприятий, контроль функционирования выставочного мероприятия, обеспечение работы информационного центра).

Вопросы для самостоятельной подготовки

1. Послевыставочный этап (пост-выставочный демонтаж выставки, оформление и выдача итоговых документов участникам, подготовка официального отчета, организация архива проекта).
2. Анализ итогов выставочного мероприятия (подведение и анализ итогов организации выставки, оценка эффективности организации выставочного мероприятия).

Самостоятельное творческое задание для групп студентов из трех-четырёх человек: выбрать предприятие, которое приняло решение участвовать в выставочном мероприятии, выбрать экспонаты, придумать для него стенд. Задание оформляется и представляется в виде презентации.

Тематика рефератов

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.

Тема 6. Подготовка предприятия к участию в выставке

О-1; О-3; Д-2; НПД-1, НПД-4, Д-4.

Вопросы для самопроверки:

1. Определение целей участия в выставке.
2. Выбор выставки и формы участия в ней, подача заявки и материалов для каталога в организационный комитет выставочного мероприятия.
3. Планирование бюджета и маркетинговых исследований на выставке, разработка выставочной программы и выбор экспонатов, создание информационных материалов и приглашений.
4. Подбор персонала и обучение его работе на выставке.

Вопросы для самостоятельной подготовки

1. Виды выставочных стендов.
2. Подготовка выставочного стенда, оформление экспозиции.
3. Регистрация и оформление участия в выставочном мероприятии

Тема 7. Участие предприятия в выставке

О-1; О-3; Д-2; НПД-1, НПД-3, Д-3, Д-6.

Вопросы для самопроверки:

1. Организация показа экспонатов.
2. Работа персонала на выставке.
3. Функции стендиста.
4. Организация контактов с потенциальными партнерами.
5. Работа со средствами массовой информации.

Вопросы для самостоятельной подготовки

1. Проведение запланированных маркетинговых исследований.
2. Изучение стендов конкурентов на выставке.
3. Закрытие выставки, демонтаж оборудования, отправка экспонатов.

Учебно-методические материалы для самостоятельной и аудиторной работы обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Для лиц с нарушениями зрения: в форме электронного документа; в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха и нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

4.8 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для реализации дисциплины «Выставочная деятельность» используются учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, оборудованные учебно-наглядными пособиями, для занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду филиала.

Освоение дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы, программы реабилитации инвалида с учетом индивидуальных психофизических особенностей на основании заявления студента.

V. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Тематический план изучения дисциплины «Выставочная деятельность» для студентов очной формы обучения представляет содержание учебной дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием часов и видов занятий, контактной и самостоятельной работы, формы контроля, таблица 5.1

Наименование разделов и тем	Контактная работа, час										Самостоятельная работа*			Формы текущего контроля (КСР)
	Аудиторные часы						Индивидуальная консультация, ИК	Контактная работа по промежуточной аттестации, Катт	Консультация перед экзаменом, КЭ	Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии, Катгэкз				
	лекции	практические занятия	лабораторные работы	всего	в т.ч. интерактивные формы / часы									
					лекции	практические занятия					формы	в семестре, час	контроль/СР в сессию	
Тема 1. Основные понятия выставочной деятельности, ее зарождение и развитие. Классификация выставок	2	2	-	4		Дис/2	-	-	-	-	Лит.	11	-	соб, дис.
Тема 2. Структура современной выставочной деятельности	2	2	-	4	Ил/2	Дис/2	-	-	-	-	Лит., Реф	11	-	соб, дис., реф
Тема 3. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга	2	2	-	4	Ил/2	Дис/2	-	-	-	-	Лит. Реф	11	-	соб, дис.
Тема 4. Технология подготовки выставки	2	2	-	4		Дис/2	-	-	-	-	Лит. Реф	11	-	соб, дис. реф
Тема 5. Организация работы выставки и подведе-	2	2	-	4	Ил/2	Дис/2	-	-	-	-	Лит. Реф	11	-	соб, дис.

ние ее итогов														
Тема 6. Подготовка предприятия к участию в выставке	2	2	-	4	Ил/2	Дис/2	-	-	-	-	Лит.	11	-	соб, дис. тест
Тема 7. Участие предприятия в выставке	2	2	-	4		Дис/2	-	-	-	-	Лит.	13,75	-	соб, дис., тест
Итого:	14	14	-	28	8	14	-	-	-	-	-	79,75	-	
Катт	-	-	-	-	-	-	-	0,25	-	-	-	-	-	
зачет	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Всего по дисциплине	-	-	-	28	-	-	-	0,25	-	-	-	79,75	-	108

Тематический план изучения дисциплины «Выставочная деятельность» для студентов заочной формы обучения представляет содержание учебной дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием часов и видов занятий, контактной и самостоятельной работы, формы контроля, таблица 5.2

Наименование разделов и тем	Контактная работа, час										Самостоятельная работа*			Формы текущего контроля (КСР)
	Аудиторные часы						Индивидуальная консультация, ИК	Контактная работа по промежуточной аттестации, Катт	Консультация перед экзаменом, КЭ	Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии, Каттэкз				
	лекции	практические занятия	лабораторные работы	всего	в т.ч. интерактивные формы / часы									
				лекции	практические занятия					формы	в семестре, час	контроль/СР в сессию		
Тема 1. Основные понятия выставочной деятельности, ее зарождение и развитие. Классификация -	2	2	-	4	-	Дис/2	-	-	-	-	Лит.	13	-	соб, дис.

выставок														
Тема 2. Структура современной выставочной деятельности	2	2	-	4	Ил/2	-	-	-	-	-	Лит.,	13	-	соб
Тема 3. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга	-	2	-	2	-	-	-	-	-	-	Лит.	13	-	соб
Тема 4. Технология подготовки выставки	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Лит.	13	-	КР
Тема 5. Организация работы выставки и подведение ее итогов	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Лит.	14	-	КР
Тема 6. Подготовка предприятия к участию в выставке	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Лит.	14	-	КР
Тема 7. Участие предприятия в выставке	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Лит.	14	-	КР
Итого:	4	6	-	10	2	2	-	-	-	-	-	94	-	
Катт	-	-	-	-	-	-	-	0,25	-	-	-	-	-	
зачет	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,75	
Всего по дисциплине	-	-	-	10	-	-	-	0,25	-	-	-	94	3,75	108

Тематический план изучения дисциплины «Выставочная деятельность» для студентов очно-заочной формы обучения представляет содержание учебной дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием часов и видов занятий, контактной и самостоятельной работы, формы контроля, таблица 5.3

Наименование разделов и	Контактная работа, час					Самостоятельная работа*	Формы текущего
	Аудиторные часы	Индиви	Кон-	Консульт	Контактная		

тем	лекции	практические занятия	лабораторные работы	всего	в т.ч.интерактивные формы /часы		дуальная консультация, ИК	тактная работа по промежуточной аттестации, Катт	тания перед экзаменом, КЭ	работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии, Каттэкз				контроля (КСР)
					лекции	практические занятия					формы	в семестре, час	контроль/СР в сессию	
Тема 1. Основные понятия выставочной деятельности, ее зарождение и развитие. Классификация выставок	2	2	-	4	-	-	-	-	-	-	Лит.	11	-	соб.
Тема 2. Структура современной выставочной деятельности	2	2	-	4	Ил/2	Дис/2	-	-	-	-	Лит., Реф., презент	11		соб, дис., реф
Тема 3. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга	2	4	-	6	Ил/2	Дис/2	-	-	-	-	Лит. Реф. презент	11		соб, дис.
Тема 4. Технология подготовки выставки	2	2	-	4	-	-	-	-	-	-	Лит. Реф. презент	11		соб,
Тема 5. Организация работы выставки и подведение ее итогов	2	2	-	4	-	-	-	-	-	-	Лит. Реф. презент	11		соб
Тема 6. Подготовка предприятия к участию в вы-	-	2	-	2	-	-	-	-	-	-	Лит.	13	-	соб

ставке														
Тема 7. Участие предприятия в выставке	-	2	-	2		-	-	-	-	-	<i>Лит. Реф</i>	13,75	-	соб
Итого:	10	16	-	26	4	4	-	-	-	-	-	81,75	-	
Катг	-	-	-	-	-	-	-	0,25	-	-	-	-	-	
зачет	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Всего по дисциплине	-	-	-	26	-	-	-	0,25	-	-	-	81,75	-	108

*Формы самостоятельной работы и затраты времени студентов на самостоятельное выполнение конкретного содержания учебного задания по дисциплине «Выставочная деятельность» определены в «Методическом пособии по организации самостоятельной работы» для студентов направления подготовки программы бакалавриата 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) «Коммерция».

(<http://vrgteu.ru>).

Затраты времени на самостоятельное выполнение конкретного содержания учебного задания (контрольной работы и др.). определяются преподавателем, ведущим занятия по дисциплине, эмпирически.

Таблица 5.4 Сокращения, используемые в тематическом плане изучения дисциплины

Сокращение	Вид работы
Лит.	Работа с литературой
Реф.	Оценка подготовленных рефератов
Реф.презент	Оценка подготовленных рефератов с презентацией
Дис	Дискуссия
Тест	Оценка тестовых заданий
Соб.	Оценка ответов при собеседовании
И.л	Интерактивная лекция
КР	Контрольная работа

VI. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств по дисциплине «Выставочная деятельность» разработан в соответствии с требованиями Положения «О фонде оценочных средств в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова». Фонд оценочных средств хранится на кафедре, обеспечивающей преподавание данной дисциплины.

Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине «Выставочная деятельность» представлены в разделе II «Содержание программы учебной дисциплины».

Типовые контрольные задания по дисциплине «Выставочная деятельность» необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности включают в себя:

1. Диагностическое тестирование входного контроля уровня подготовки обучающихся или уровня профессиональной подготовки обучающихся в процессе изучения смежных дисциплин

1. Диагностическое тестирование входного контроля уровня подготовки обучающихся или уровня профессиональной подготовки обучающихся в процессе изучения смежной дисциплины «Коммерческая деятельность»

1.Тестовый вопрос 1:

Оптовая торговля – это:

а) форма отношений между предприятиями, при которой хозяйственные связи по поставкам продукции формируются сторонами самостоятельно

б) деятельность по продаже товаров и услуг тем, кто приобретает их в целях дальнейшего использования или перепродажи

в) деятельность по продаже товаров больших объемов для удовлетворения личных потребностей

г) деятельность по накоплению массы товаров отечественного и зарубежного производства и ее перемещению.

2.Тестовый вопрос 2:

а) вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров

б) вид некоммерческой деятельности, связанный с оказанием услуг населению

в) вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров и произ-

водством продукции

г) вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей готовой продукции.

3. Тестовый вопрос 3:

Организация – это:

а) процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей

б) особый вид деятельности, превращающий неорганизованную группу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу

в) это управленческая деятельность, посредством которой система управления приспосабливается для выполнения задач, поставленных на этапе планирования.

4. Тестовый вопрос 4:

Вид предпринимательской деятельности, связанный с приобретением и продажей товара

а) торговая деятельность

б) рыночные отношения

в) частные отношения

г) торговые отношения.

5. Тестовый вопрос 5:

Формы организации оптовой торговли:

а) биржевая и фондовая

б) оптовая торговля через склады и оптовые рынки

в) непосредственная оптовая торговля товарами и оказание посреднических услуг при купле-продаже товаров

г) прямая и отложенная реализация.

2. Курсовая работа по дисциплине «Выставочная деятельность» учебным планом не предусмотрена.

3 Вопросы к зачету

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

	Перечень вопросов к зачету
--	----------------------------

Номер вопроса	
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 план коммуникативных мероприятий с участием предприятия в выставке на ближайшее полугодие. Обоснуйте затраты на запланированные мероприятия, ориентируясь на уровень известных вам текущих цен.
2	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?
3	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.
4	Рассчитайте экономическую эффективность участие в выставке ООО «Мебель-Юг», 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?
5	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.
6	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.
7	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. Ком-

	пании нужно разработать выставочные маркетинговые технологии, ориентированные на покупателя.
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 пригласи-

	<p>тельных 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).</p>
17	<p>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?</p>
18	<p>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.</p>
19	<p>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.</p>
20	<p>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.</p>
21	<p>На участие в специализированной выставке приглашено 150 участников из данной отрасли, т.ч. 25 – иностранных. Может ли данное мероприятие считаться международным?</p>
22	<p>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.</p>
23	<p>Арт-студия «Паллада» оказывает услуги по изготовлению различных видов наружной рекламы. Как лидер регионального рынка, компания имеет стабильный объем заказов. Периодически модифицирует производственные мощности, проводит гибкую ценовую политику.</p> <p>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.</p>
24	<p>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?</p>
25	<p>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.</p>
26	<p>Компании-производителю высокотехнологического оборудования предложено</p>

	<p>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.</p> <p>Как можно оценить коммуникативную эффективность участия экспонента в выставке?</p>
27	<p>Задачей эксперимента было – определить, как влияет новая реклама на потребителей. Экспериментальной группой выбраны потребители города Брянска, а контрольной группой – жители Владимира. После рекламной кампании средне-месячное 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.</p>
28	<p>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.</p>
29	<p>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?</p>
30	<p>Вы отвечаете за разработку программы продвижения торговой компании (бытовая техника). Обоснуйте необходимость принятия решения предприятием участия в выставке на стратегическом и тактическом уровнях.</p>

4 Типовые задания к практическим (семинарским) занятиям

Тема 3. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга

Вопросы для собеседования

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.

Тематика рефератов и докладов:

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

5. Перечень лабораторных работ

Лабораторные занятия по дисциплине «Выставочная деятельность» учебным планом не предусмотрены.

6. Типовые задания к интерактивным занятиям

Дискуссия по теме 3: «Выставка как значимый инструмент маркетинга».

7. Примеры тестов для контроля знаний

1. Какая страна является общепризнанным лидером в организации и проведении выставочных мероприятий?

- a) Япония;
- b) Германия;
- c) Англия;
- d) Финляндия.

2. Предприятие-участник выставки – это

- a) экспортер;
- b) демонстратор;
- c) экспонент;
- d) экспроприатор.

3. Главный выставочный центр СССР назывался

- a) ВВЦ;
- b) ВЛКСМ;
- c) ВДНХ;
- d) СЭВ.

4. «Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в РФ» была принята

в

- a) 2000 году;
- b) 2001 году;
- c) 2003 году;
- d) 2004 году.

5. Первая международная выставка состоялась в

- a) Париже;
- b) Гамбурге;
- c) Нью-Йорке;
- d) Лондоне.

VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Выставочная деятельность» представлены в нормативно-методических документах:

Положение об интерактивных формах обучения (<http://www.rea.ru>)

Положение об организации самостоятельной работы студентов (<http://www.rea.ru>)

Положение о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов (<http://www.rea.ru>)

Положение об учебно-исследовательской работе студентов (<http://www.rea.ru>)

Организация деятельности студента по видам учебных занятий, работам по дисциплине «Выставочная деятельность» представлена в таблице: б

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Выставочная деятельность»

Вид учебных занятий, работ	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; отмечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.
Интерактивная лекция	требует от участников активного участия и постоянной обработки информации. Интерактивная лекция объединяет в себе аспекты традиционной лекции и тренинговой игры. Передача информации мо-

	жет осуществляться в проблемно-поисковой форме.
Контрольная работа (индивидуальные задания)	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Практические занятия	Проработка рабочей программ, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.) Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др.
Реферат	Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы. Ознакомление со структурой и оформлением реферата.
Дискуссия	Форма учебной работы, в рамках которой студенты высказывают свое мнение о проблеме, заданной преподавателем. Проведение дискуссий по проблемным вопросам подразумевает написание студентами эссе, тезисов или реферата по предложенной тематике

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

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания представлено в разделе II «Содержание программы учебной дисциплины» и разделе VIII настоящей рабочей программы.

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В.Плеханова» распределение баллов, формирующих рейтинговую оценку работы студента, осуществляется следующим образом, таблица 7:

Виды работ	Максимальное количество баллов
Выполнение учебных заданий на аудиторных занятиях	20
Текущий контроль	20
Творческий рейтинг	20
Промежуточная аттестация (зачет)	40
Итого	100

Результаты входного контроля уровня подготовки обучающихся в начале изучения дисциплины, уровня профессиональной подготовки обучающихся в процессе изучения смежных дисциплин не формируют рейтинговую оценку работы обучающегося по дисциплине, критерии оценки входного контроля представлены в оценочных и методических материалах к дисциплине.

Критерии оценки заданий текущего контроля успеваемости обучающегося в семестре:

1) Расчет баллов по результатам текущего контроля в 6 и 7 семестре для студентов очной и очно-заочной форм обучения представлен в таблице 8 и 8.1:

Таблица 8

Форма контроля	Наименование раздела (темы), выносимых на контроль	Форма проведения контроля	Количество баллов, максимально
Текущий контроль	Тема 1. Основные понятия выставочной дея-	Собеседование	1
		Дискуссия	1

	тельности, ее зарождение и развитие. Классификация выставок	Итого	2
	Тема 2. Структура современной выставочной деятельности	Собеседование	1
		Дискуссия	1
		Реферат	1
		Итого	3
	Тема 3. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга	Собеседование	1
		Дискуссия	1
		Реферат	1
		Итого	3
	Тема 4. Технология подготовки выставки	Собеседование	1
		Дискуссия	1
		Реферат	1
		Итого	3
	Тема 5. Организация работы выставки и подведение ее итогов	Собеседование	1
		Дискуссия	1
		Реферат	1
		Итого	3
	Тема 6. Подготовка предприятия к участию в выставке	Собеседование	1
		Дискуссия	1
		Тестирование	1
		Итого	3
	Тема 7. Участие предприятия в выставке	Собеседование	1
Дискуссия		1	
Тестирование		1	
Итого		3	
Всего			20

Таблица 8.1

Форма контроля	Наименование раздела (темы), выносимых на контроль	Форма проведения контроля	Количество баллов, максимально
Текущий контроль	Тема 1. Основные понятия выставочной деятельности, ее зарождение и развитие. Классификация выставок	Собеседование	1
		Итого	1
	Тема 2. Структура современной выставочной деятельности	Собеседование	1
		Дискуссия	1
		Реферат	2
		Итого	4
	Тема 3. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга	Собеседование	1
		Дискуссия	1
		Реферат	2
		Итого	4
	Тема 4. Технология подготовки выставки	Собеседование	1
		Реферат	2
		Итого	3
	Тема 5. Организация работы выставки и подведение ее итогов	Собеседование	1
		Реферат	2
		Итого	3
	Тема 6. Подготовка	Собеседование	1

	предприятия к участию в выставке	Тестирование	1
		Итого	2
	Тема 7. Участие предприятия в выставке	Собеседование	1
		Реферат	1
		Тестирование	1
		Итого	3
Всего			20

2) Критерии оценки курсовой работы

Курсовая работа учебным планом не предусмотрена

3) Критерии оценки заданий к практическим (семинарским) занятиям

Критерии балльной оценки тестовых заданий.

Оценка «отлично» / (1 балл выставляется при условии правильного ответа студента не менее, чем на 85% тестовых заданий;

оценка «хорошо» / 0,8 балла выставляется при условии правильного ответа студента не менее, чем на 70% тестовых заданий;

оценка «удовлетворительно» / 0,5 балла выставляется при условии правильного ответа студента не менее, чем на 60% тестовых заданий;

оценка «неудовлетворительно» / 0,2 и менее выставляется при условии, если студент правильно ответил менее, чем на 50% тестовых заданий.

Критерии балльной оценки доклада/реферата

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, есть ошибки в его оформлении; 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.

При подготовке реферата с презентацией для студентов очно-заочной формы обучения предполагаются следующие критерии оценки:

2 балла - (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), при использовании современных литературных источников, представленной презентацией;

1,5 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 использовании современных литературных источников, представленной презентацией;

1 балл - (удовлетворительно) выставляется студенту, если содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике; в целом содержательно реферат соответствует заявленной тематике, но есть погрешности в техническом оформлении презентации; логические нарушения в представлении материала;

0,5 балла и менее - (неудовлетворительно): содержание реферата и презентации не соответствует заявленной в названии тематике есть ошибки в техническом оформлении; нарушения композиции и структуры.

Критерии балльной оценки собеседования

Оценка выставляется с учетом следующих критериев:

«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.

Критерии балльной оценки контрольной работы (для студентов заочной формы обучения).

«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.

4) Критерии оценки заданий к лабораторным занятиям

Лабораторные работы не предусмотрены учебным планом.

5) Критерии оценки заданий к интерактивным занятиям

Критерии балльной оценки дискуссии

- «отлично» (1 балл) - 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 балла) - 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.

Критерии оценки творческого рейтинга

Распределение баллов осуществляется по решению кафедры и результат распределения баллов за соответствующие виды работ представляется в виде следующей таблицы:

Вид работы по разделу (теме) дисциплины	Количество баллов, максимально
1. Подготовка научной статьи	10
2. Участие в конференции	10
Итого	20

Критерии оценки промежуточной аттестации

Зачет по результатам изучения дисциплины «Выставочная деятельность» в 6 семестре проводится в устной форме и соответствует **40 баллам**. Зачет состоит из двух теоретических вопросов и 1 практического задания.

Оценка по результатам зачета выставляется исходя из следующих критериев:

- 2 теоретических вопроса – по 15 баллов каждый;
- практическое задание – 10 баллов.

Итоговый балл формируется суммированием баллов за промежуточную аттестацию и баллов, набранных перед аттестацией в течение семестра. 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

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,

			<ul style="list-style-type: none"> - 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>Владеет 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>Владеет 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>Владеет 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 покупателей товаров в процессе организации выставочного процесса, - формировать спрос с помощью системы маркетинговых коммуникаций и оценивать ее эффективность. <p>Не владеет на базовом уровне:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами анализа, исследования и формиро-

			вания потребностей участников выставочной деятельности на определенных сегментах рынка.
		ПК-13	<p>Не знает на базовом уровне:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методологию разработки и реализации проектов организации выставочной деятельности. <p>Не умеет на базовом уровне:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать проектные мероприятия, внедрять и обновлять технологические или проектные решения в области выставочной деятельности <p>Не владеет на базовом уровне:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками реализации проектов в области выставочной деятельности

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ (АКТУАЛИЗАЦИИ)

1. 1. Рабочая программа по учебной дисциплине «Выставочная деятельность» с внесенными дополнениями и изменениями рекомендована к утверждению на заседании кафедры торговли и общественного питания, протокол от 17.03.2020 № 8

И.о. заведующего кафедрой  Е.Н. Губа

Согласовано на заседании УМС Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, протокол от 19.03.2020 № 7

Председатель  Г.Л. Авагян

Утверждено советом Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, Протокол от 26.03.2020 № 11

Председатель  А.В. Петровская

2. Рабочая программа с внесенными дополнениями и изменениями рекомендована к утверждению на заседании кафедры торговли и общественного питания протокол от 17.02.2022 № 7

Заведующий кафедрой  Е.Н. Губа

Согласовано на заседании МС Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова протокол от 17.02.2022 № 4

Председатель  Э.Г. Баладыга

Утверждено советом Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова протокол от 24.02.2022 № 10

Председатель  А.В. Петровская

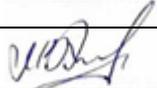
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

Карта обеспеченности дисциплины «Выставочная деятельность» учебными изданиями и иными информационно-библиотечными ресурсами

Кафедра торговли и общественного питанияОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело направленность (профиль) КоммерцияУровень подготовки Бакалавриат

№ п/п	Наименование, автор	Выходные данные			Количество экземпляров на кафедре (в лаборатории) (шт.)	Численность студентов (чел)	Показатель обеспеченности студентов литературой: = 1(при наличии в ЭБС); или =(столбец4/ столбец7) (при отсутствии в ЭБС)
			Количество печатных экземпляров (шт.)	Наличие в ЭБС (да/нет), название ЭБС			
1	2	3	4	5	6	7	8
Основная литература							
1	Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф. - 13-е изд.	М.:Дашков и К, 2017. - 500 с.: 60x84 1/16 ISBN 978-5-394-01418-5 – Режим доступа: https://znanium.com/bookread2.php?book=317391	х	да, ЭБС «Znanium»	х	х	1
2	Памбухчиянц О.В. Организация и управление коммерческой деятельностью: Учебник для бакалавров / Дашков Л.П., Памбухчиянц О.В., - 2-е изд., перераб. и доп.	М.:Дашков и К, 2018. - 400 с.: . - ISBN 978-5-394-02531-0 - Режим доступа: https://znanium.com/bookread2.php?book=329767	х	да, ЭБС «Znanium»	х	х	1
3	Диянова С.Н. Оптовая торговля. Организация и управление коммерческой деятельностью: Учебное пособие / С.Н. Диянова, Н.И. Денисова	М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2012. - 384 с. – ISBN 978-5-9776-0241-99; http://znanium.com/bookread2.php?book=320695	х	да, ЭБС «Znanium»	х	х	1
Всего				3			3,0
Дополнительная литература							
1	Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник / Ф.П. Половцева. - 2-е изд. -	М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 224 с. (Высшее образование: Бакалавриат). Режим доступа: -	х	да, ЭБС «Znanium»	х	х	1

		http://znanium.com/bookread2.php?book=398696					
2	Пигунова О.В. Коммерческая деятельность предприятия : учеб. пособие / О.В. Пигунова, Е.П. Науменко.	Минск: Вышэйшая школа, 2014. – 255с., ил. ISBN 978-985-06-2318-8; http://znanium.com/bookread2.php?book=509252	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
3	Петров А.М. Договоры коммерческой деятельности: Практическое пособие/А.М.Петров	М.: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 396 с. – ISBN 978-5-905554-97-1; http://znanium.com/bookread2.php?book=507956	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
4	Маклаков Г.В. Эффективность коммерческой деятельности: Монография / Маклаков Г.В.	М.: Дашков и К, 2016. - 232 с. – ISBN 978-5-394-02599-0; http://znanium.com/bookread2.php?book=557756	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
5	Кобелева И.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности коммерческих организаций: Учебное пособие / И.В. Кобелева, Н.С. Ивашина.	М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 256 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-010078-4; http://znanium.com/bookread2.php?book=469818	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
6	Дашков Л.П., Организация и управление коммерческой деятельностью: Учебник для бакалавров/ Дашков Л.П., Памбухчианц О.В., - 2-е изд., перераб. и доп	М.: Дашков и К, 2018. - 400 с.: . - ISBN 978-5-394-02531-0 - Режим доступа: https://znanium.com/bookread2.php?book=329767	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
7	Основы коммерции: Учебное пособие / Г.А. Яковлев. -	М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 224 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-010331-0; http://znanium.com/bookread2.php?book=484736	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
Всего				8			1,0

Преподаватель  З.Х.Моламусов

Зав. кафедрой  Е.Н. Губа

СОГЛАСОВАНО

Библиотекарь  Н.И. Криво

