

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Серяков Владимир Дмитриевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 23.08.2022 11:59:42  
Уникальный программный ключ:  
a8a5e969b08c5e57b011bba6b38ed24f6da2f41a

**ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И КУЛЬТУРЫ**

**Кафедра туризма**



**УТВЕРЖДАЮ**

Ректор института

В.Д. Серяков

«26» августа 2022 г.

**Рабочая программа учебной дисциплины (модуля)**

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ВЫСТАВОЧНАЯ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

(наименование учебной дисциплины (модуля))

**43.03.02 ТУРИЗМ**

(код и направление подготовки/специальности)

направленность (профиль): технология и организация туроператорских и турагентских услуг

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля)  
рассмотрена и утверждена на заседании кафедры  
«23» августа 2022, протокол № 01-2022/23

Заведующий кафедрой туризма

/М.С.Филатова/

(подпись, учёная степень, учёное звание, ФИО)

**Москва 2022**

## 1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная дисциплина «Организационно-выставочная деятельность» изучается студентами, осваивающими бакалаврскую программу по профилю «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 516 (ФГОС ВО 3++).

**Цели освоения дисциплины:** создание у студентов системы теоретических знаний по подготовке, организации и проведению выставок и ярмарок; формирование навыков применения полученных знаний в практической деятельности.

**Задачи дисциплины:** освоить понятийный аппарат выставочно-ярмарочных мероприятий; изучить историю выставочно-ярмарочной деятельности; ознакомиться с нормативно-правовой базой организации выставок, определить значение ярмарок и выставок в современном мире, цели проведения и цели участия в них экспонентов и посетителей; рассмотреть особенности подготовки к участию в выставке/ярмарке.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению профессиональной деятельности в области организации и управления процессами оказания туристских и экскурсионных услуг в соответствии с профессиональным стандартом «Экскурсовод (гид)», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 августа 2014 г. № 539н, выполнению обобщенной трудовой функции по проведению экскурсий (код С), выполнению трудовых функций: разработка экскурсий (код С /01.6) и проведение экскурсий (код С/02.6).

## 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся должен овладеть компетенциями:

**УК-4** Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

**ПК-6** Способен анализировать влияние определяющих факторов на развитие туристско-рекреационной деятельности, выявлять и оценивать культурно-исторические, социальные и экономические ресурсы туризма в регионах мира и России.

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		Код результата обучения
<b>УК-4</b> Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);	<b>Знать</b>	виды управленческой документации современной организации; особенности документирования управленческой деятельности в сфере туризма;	УК-4 – 31
		стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами.;	УК-4 – 32
	<b>Уметь</b>	строить деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации.;	УК-4 – У1
		использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках.	УК-4 – У2
	<b>Владеть</b>	практическими навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации.;	УК-4– В1
		демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно.;	УК-4 – В2

<b>ПК-6</b> Способен анализировать влияние определяющих факторов на развитие туристско-рекреационной деятельности, выявлять и оценивать культурно-исторические, социальные и экономические ресурсы туризма в регионах мира и России.;	<b>Знать</b>	информационные ресурсы, базы данных, являющиеся основой для развития того или иного вида туризма;	ПК-6 – 31
		факторы культурно-ландшафтной дифференциации территории;	ПК-6 – 32
	<b>Уметь</b>	работать с туристской информацией, туристскими путеводителями и картографическим материалом;	ПК-6 – У1
		работать с технической информации в области туристской деятельности;	ПК-6 – У2
	<b>Владеть</b>	навыками информационно-аналитической деятельности, навыками обработки научно-технической информации в области туристской деятельности;	ПК-6 – В1
		информацией на бумажных и электронных носителях, методикой работы с учебной литературой;	ПК-6 – В2

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Б1.В.08 «Организационно-выставочная деятельность» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана и изучается студентами второго курса в четвертом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

#### 3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Базой для изучения дисциплины «Организационно-выставочная деятельность» являются следующие дисциплины: «Основы туризма», «Организация туристской деятельности».

#### 3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Знания, полученные в процессе изучения дисциплины «Организационно-выставочная деятельность», помогают освоить следующие дисциплины: «Организация туристской деятельности», «Правовое обеспечение в туристской деятельности», «Технологии продаж туристских услуг».

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением интерактивных лекций, лекции-визуализации, лекции-дискуссии, проблемной лекции, лекции-диалога и др. Организация практических занятий в форме академического семинара, отчетного семинара, работы в малых группах, выполнения проблемных заданий, семинара-обсуждения, круглого стола, case-study, групповых обсуждений, деловой игры, практической работы, а также самостоятельная работа обучающихся.

### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ.

Дисциплина предполагает изучение 9 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

№	Форма обучения	семестр	Общая трудоемкость		В том числе контактная работа с преподавателем				сам. работа	вид контроля
			в з.е.	в часах	всего	лекции	семинары, ПЗ	кур.раб/контр. раб		
1	Очная	4	3	108	54	20	34		54	зачет с оценкой
2	Очно-заочная	5	3	108	38	14	24		70	зачет с оценкой
3	Заочная	4	2	72	10	4	6		62	

		5	1	36	4				32	зачет с оценкой
--	--	---	---	----	---	--	--	--	----	-----------------

### Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего учебных занятий (час)	Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час)				контроль	Самостоятельная работа (час)	Код результата обучения
		всего	занятия лекционного типа	занятия семинарского (практического) типа	курсовое проектирование			
<b>4 семестр</b>								
Тема 1. История развития выставочно-ярмарочной деятельности	6	4	2	2			2	УК-4 –31 УК-4 – У1 УК-4 – В1
Тема 2. Выставочная и ярмарочная деятельность в современном мире	10	4	2	2			6	УК-4 –31 УК-4 – У1 УК-4 – В1
Тема 3. Правовое регулирование выставочного дела	10	6	4	2			4	УК-4 –32 УК-4 – У2 УК-4 – В2
Тема 4. Маркетинг выставок и ярмарок	12	6	2	4			6	УК-4 –32 УК-4 – У2 УК-4 – В2
Тема 5. Рекламные и PR-технологии в выставочной деятельности	12	6	2	4			6	ПК-6 –31 ПК-6 –У1 ПК-6 –В1
Тема 6. Планирование участия в выставке	12	6	2	4			6	ПК-6 –31 ПК-6 –У1 ПК-6 –В1
Тема 7. Организация участия в выставке	12	6	2	4			6	ПК-6 –32 ПК-6 –У2 ПК-6 –В2
Тема 8. Проведение выставки	12	6	2	4			6	ПК-6 –32 ПК-6 –У2 ПК-6 –В2
Тема 9. Послевыставочная работа	12	6	2	4			6	ПК-6 –32 ПК-6 –У2 ПК-6 –В2
<b>Зачет с оценкой</b>	<b>10</b>	<b>4</b>					<b>4</b>	<b>6</b>
<b>ИТОГО:</b>	<b>108</b>	<b>54</b>	<b>20</b>	<b>30</b>			<b>4</b>	<b>54</b>

### Очно-заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего учебных занятий (час)	Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час)				контроль	Самостоятельная работа (час)	Код результата обучения
		всего	занятия лекционного типа	занятия семинарского (практического) типа	курсовое проектирование			
<b>5 семестр</b>								
Тема 1. История развития выставочно-ярмарочной деятельности	6	2	2				4	УК-4 –31 УК-4 – У1 УК-4 – В1
Тема 2. Выставочная и ярмарочная деятельность в современном мире	10	4	2	2			6	УК-4 –31 УК-4 – У1 УК-4 – В1
Тема 3. Правовое регулирование выставочного дела	10	4	2	2			6	УК-4 –32 УК-4 – У2 УК-4 – В2
Тема 4. Маркетинг выставок и ярмарок	12	4	2	2			8	УК-4 –32 УК-4 – У2 УК-4 – В2
Тема 5. Рекламные и PR-технологии в выставочной деятельности	12	4	2	2			8	ПК-6 –31 ПК-6 –У1 ПК-6 –В1
Тема 6. Планирование участия в выставке	12	4		4			8	ПК-6 –31 ПК-6 –У1 ПК-6 –В1
Тема 7. Организация участия в выставке	12	4		4			8	ПК-6 –32 ПК-6 –У2 ПК-6 –В2
Тема 8. Проведение выставки	12	4	2	2			8	ПК-6 –32 ПК-6 –У2 ПК-6 –В2
Тема 9. Послевыставочная работа	12	4	2	2			8	ПК-6 –32 ПК-6 –У2 ПК-6 –В2
<b>Зачет с оценкой</b>	<b>10</b>	<b>4</b>					<b>4</b>	<b>6</b>
<b>ИТОГО:</b>	<b>108</b>	<b>38</b>	<b>14</b>	<b>20</b>			<b>4</b>	<b>70</b>

### Заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего учебных занятий (час)	Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час)				контроль	Самостоятельная работа (час)	Код результата обучения
		всего	занятия лекционного типа	занятия семинарского (практического) типа	курсовое проектирование			

<b>4 семестр</b>								
Тема 1. История развития выставочно-ярмарочной деятельности	72	10	4	6			62	УК-4 –31
Тема 2. Выставочная и ярмарочная деятельность в современном мире								УК-4 – У1
Тема 3. Правовое регулирование выставочного дела								УК-4 – В1
Тема 4. Маркетинг выставок и ярмарок								УК-4 –31
Тема 5. Рекламные и PR-технологии в выставочной деятельности								УК-4 – У1
Тема 6. Планирование участия в выставке								УК-4 – В1
Тема 7. Организация участия в выставке								УК-4 –32
Тема 8. Проведение выставки								УК-4 – У2
Тема 9. Послевыставочная работа								УК-4 – В2
<b>Всего в семестре</b>	<b>72</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>6</b>			<b>62</b>	
<b>5 семестр</b>								
<b>Зачет с оценкой</b>	<b>36</b>	<b>4</b>				<b>4</b>	<b>32</b>	
<b>Всего в семестре</b>	<b>36</b>	<b>4</b>				<b>4</b>	<b>32</b>	
<b>ИТОГО:</b>	<b>108</b>	<b>14</b>	<b>4</b>	<b>6</b>		<b>4</b>	<b>94</b>	

## **5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ).**

### **ТЕМА 1. История развития выставочно-ярмарочной деятельности**

Особенности возникновения и проведения выставок в древности. Ярмарки в Средневековой Европе. Влияние промышленной революции на развитие выставочной деятельности. Ярмарочный фольклор в России. Появление выставок в России. Первая российская мануфактурная выставка в Петербурге (1829). Развитие деятельности проведения выставок/ярмарок в Европе. Эволюция в области торговых выставок/ярмарок. Типы европейских ярмарок. Развитие выставок в XX веке. Промышленные выставки в Петербурге, Москве и Нижнем Новгороде, их значение для экономического подъема в России в начале XX века. Изменение политической, демографической, экономической и технологической конъюнктуры в начале XX века и изменение характера торговых выставок и ярмарок.

### **ТЕМА 2. Выставочная и ярмарочная деятельность в современном мире**

Терминология выставочно-ярмарочной деятельности. Понятие торговой ярмарки (ярмарки-выставки) и торгово-промышленной выставки. Основные отличительные черты между торгово-промышленными выставками и торговыми ярмарками. Виды торговых ярмарок/выставок. Международная классификация выставок. Субъекты выставочной деятельности, и их коммуникационное взаимодействие: экспонент, устроитель, посетитель. Функции выставочной деятельности: социальные, экономические, просветительские и др. Значение торговых ярмарок/выставок. Выставочная деятельность

как форма возникновения деловых коммуникаций. Современные тенденции выставочного дела.

### **ТЕМА 3. Правовое регулирование выставочного дела**

Законодательная и нормативно-правовая база выставочной деятельности. Особенности правовых норм участия в российских выставках. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации. Порядок участия российских организаций в выставках за рубежом. Парижская конвенция 1928 года о международных выставках. Соглашение с государствами-участниками СНГ "О развитии выставочно-ярмарочной деятельности в Содружестве Независимых Государств" от 26.05.1995г. Таможенная конвенция о КАРНЕТЕ А.Т.А. для временного ввоза товаров (Брюссель, 06.12.1990г.). Конвенция о временном ввозе (Стамбул, 26.06.1990г.). Правила участия зарубежных компаний в выставках на территории РФ. Порядок обмена опытом выставочной деятельности. «Промышленный» шпионаж на выставках. Информационно-промышленное противоборство.

### **ТЕМА 4. Маркетинг выставок и ярмарок**

Выставка как инструмент маркетинговых исследований. Преимущества торговых ярмарок/выставок по сравнению с другими средствами маркетинговых коммуникаций. Место ярмарок/выставок в комплексе маркетинга: позиционирование организации-экспонента; изучение рыночных трендов, ценовой и покупательской политики; стимулирование продаж; исследование потребителей и конкурентов; поиск партнеров. Оценка экономической эффективности участия в выставке.

### **ТЕМА 5. Рекламные и PR-технологии в выставочной деятельности**

Выставки как инструмент рекламы, паблик рилейшнз. Сущность, цели и функции рекламной деятельности на выставках. Рекламные технологии на выставках. Формы, виды и средства рекламы на выставках и ярмарках. Имидж фирмы и его формирование на выставке. Паблик рилейшнз в процессе подготовки и проведения выставки. Подготовка и издание официального каталога выставки, буклетов и проспектов. Пресс- конференция для СМК до открытия выставки. Разработка и рассылка пресс- релизов. Презентация экспозиций. Проведение брифингов. Оценка эффективности рекламы на выставке.

### **ТЕМА 6. Планирование участия в выставке**

Фазы принятия решения об участии. Предпосылки и причины участия. Определение целей участия в выставке: установление контактов; совершения торговых сделок, презентация товаров; установления коммуникаций, сбыт товаров; исследование рынка; исследование товара; исследование рекламно- пропагандистской деятельности; исследование политики и методов коммуникации. Выбор подходящей ярмарки/выставки. Основные критерии оценки ярмарок/выставок: стоимость услуг, место проведения, динамика основных показателей ярмарки/выставки, происхождение и состав экспонентов по количеству и типу, происхождение и состав посетителей. Определение способа участия в ярмарке/выставке: самостоятельное участие, групповое участие (национальные павильоны). Факторы, определяющие способ участия в ярмарке/выставке. Определение стоимости участия в выставке. Составление сметы и ее основные статьи расходов. Спонсирование выставок. Привлечение инвестиций в выставочной деятельности.

### **ТЕМА 7. Организация участия в выставке**

Техника организации участия в ярмарке/выставке. Условия успешного участия в ярмарке/выставке. Разработка концепции выставки. Рабочий план подготовки и проведения выставки. Отбор персонала на выставку. Распределение функциональных обязанностей. Подготовка персонала, участвующему на выставке. Установление

контактов с администрацией выставки. Документационное обеспечение участия в выставке. Разработка форм заявок, условий участия и договоров с участниками выставок. Экспонаты как одно из самых важных средств передачи коммерческого сообщения экспонента. Определение состава, количества и стоимости экспонатов. Принципы отбора экспонатов. Оценка факторов, влияющих на имидж экспонатов. Транспортировка экспонатов. Определение способа перевозки. Выбор упаковочных материалов для транспортировки. Подготовка грузовой и таможенной документации. Определение стоимости перевозки. Организация стенда. Понятие стенда. Размеры стенда, факторы, влияющие на его размер: количество и вид экспонатов; ожидаемое количество посетителей; особые запросы экспонента; размеры и авторитет фирмы; размеры стендов конкурентов. Расположение стенда. Правила размещения стенда. Типы стендов: стенды, расположенные в закрытом помещении - линейный стенд, угловой стенд, «полуостров», «остров», «сквозной», «визави»; стенды на открытом воздухе. Проектирование стенда. Правила проектирования стенда. Творческие элементы оформления стенда. Цветовое оформление стенда. Факторы, определяющие выбор цветов. Цветовая гамма и ее влияние на психологическую реакцию посетителей и физиологические последствия. Освещение и его влияние на создание атмосферы стенда. Виды освещения и их характеристика: общее, специальное, широкого радиуса, плотного пучка. Графические и аудио-визуальные средства оформления стенда. Эффективность графических и пояснительных элементов оформления стенда в зависимости от их размеров, выражающих соотношение высоты их размещения и расстояния, с которого они могут быть замечены. Определение звуковых средств передачи информации.

#### **ТЕМА 8. Проведение выставки**

Организация церемонии открытия выставки. Определение режима работы выставки. Действия персонала во время работы ярмарки/выставки. Работа на территории выставки и за ее пределами. Сбор информации, наблюдение за поведением конкурентов, пропаганда имиджа предприятия и т.д. Общение со СМИ. Организация пресс-конференции, интервью. Составление пресс-релиза. Обслуживание посетителей выставки. Определение и оценка первичных и вторичных потребностей посетителей. Типы посетителей с точки зрения их поведения и работа с ними: рационалисты, «фланеры», неуверенные в себе, своевластные, нервозные, новаторы, консерваторы, случайные, «туристы», «воображалы», «проспектоеды», застенчивые, «франты», «грубияны», «шпионы». Посетители промышленных выставок и ярмарок, их типы и характеристика: активные, целеустремленные, случайные, реалисты. Показ экспонатов и способы их демонстрации. Деловые встречи дирекции, организация переговоров, подписание договоров. Коммуникация с посетителями. Факторы успеха коммуникации. Требования к коммуникациям на стенде. Принципы правильной коммуникации с посетителями. Устное мастерство. Культура и техника речи. Подготовка тезисов и конспекта выступления персонала, работающего на стенде. Особенности приемов рассказа и ответов на вопросы на стенде. Разработка бюллетеня посетителя. Организация смотров-конкурсов, дегустаций, награждение участников выставки и экспонентов. Закрытие выставки. Типовые ошибки при проведении выставки.

#### **ТЕМА 9. Послевыставочная работа**

Анализ контактов и информации, полученной от посетителей и конкурентов; оценка замечаний, реакций и общей критики со стороны посетителей. Подготовка отчетов. Выбор перспективных клиентов. Заключение послевыставочных контактов.

Подведение итогов. Методы оценки эффективности участия в выставке. Предварительное решение на участие в следующей выставке.

## **5.1. Планы семинарских, практических, лабораторных занятий**

### **СЕМИНАР 1. ТЕМА 1. История развития выставочно-ярмарочной деятельности**

Цель: изучить историю появления первых выставок в Европе и в России, развитие деятельности проведения выставок, ярмарок.

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности возникновения и проведения выставок в древности.
2. Ярмарки в Средневековой Европе.
3. Влияние промышленной революции на развитие выставочной деятельности.
4. Ярмарочный фольклор в России. Появление выставок в России. Первая российская мануфактурная выставка в Петербурге (1829).
5. Развитие деятельности проведения выставок/ярмарок в Европе. Эволюция в области торговых выставок/ярмарок. Типы европейских ярмарок.
6. Развитие выставок в XX веке. Промышленные выставки в Петербурге, Москве и Нижнем Новгороде, их значение для экономического подъема в России в начале XX века. Изменение политической, демографической, экономической и технологической конъюнктуры в начале XX века и изменение характера торговых выставок и ярмарок.

### **СЕМИНАР 2. ТЕМА 2. Выставочная и ярмарочная деятельность в современном мире**

Цель: изучить терминологию выставочно-ярмарочной деятельности.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие торговой ярмарки (ярмарки-выставки) и торгово-промышленной выставки.
2. Основные отличительные черты между торгово-промышленными выставками и торговыми ярмарками.
3. Виды торговых ярмарок/выставок.
4. Международная классификация выставок.
5. Субъекты выставочной деятельности, и их коммуникационное взаимодействие: экспонент, устроитель, посетитель.
6. Функции выставочной деятельности: социальные, экономические, просветительские и др.
7. Значение торговых ярмарок/выставок.
8. Выставочная деятельность как форма возникновения деловых коммуникаций.
9. Современные тенденции выставочного дела.

### **СЕМИНАР 3. ТЕМА 3. Правовое регулирование выставочного дела**

Цель: изучить особенности правовых норм занятия выставочной деятельности.

Вопросы для обсуждения:

1. Законодательная и нормативно-правовая база выставочной деятельности.
2. Особенности правовых норм участия в российских выставках.
3. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации. Порядок участия российских организаций в выставках за рубежом.
4. Парижская конвенция 1928 года о международных выставках.
5. Соглашение с государствами-участниками СНГ "О развитии выставочно-ярмарочной деятельности в Содружестве Независимых Государств" от 26.05.1995г.
6. Таможенная конвенция о КАРНЕТЕ А.Т.А. для временного ввоза товаров (Брюссель, 06.12.1990г.).
7. Конвенция о временном ввозе (Стамбул, 26.06.1990г.).

8. Правила участия зарубежных компаний в выставках на территории РФ.
9. Порядок обмена опытом выставочной деятельности.
10. «Промышленный» шпионаж на выставках. Информационно- промышленное противоборство.

#### **СЕМИНАР 4. ТЕМА 4. Маркетинг выставок и ярмарок**

Цель: изучить выставку и ярмарку как средство маркетинговых коммуникаций.

Вопросы для обсуждения:

1. Выставка как инструмент маркетинговых исследований.
2. Преимущества торговых ярмарок/выставок по сравнению с другими средствами маркетинговых коммуникаций.
3. Место ярмарок/выставок в комплексе маркетинга: позиционирование организации-экспонента; изучение рыночных трендов, ценовой и покупательской политики; стимулирование продаж; исследование потребителей и конкурентов; поиск партнеров.
4. Оценка экономической эффективности участия в выставке.

#### **СЕМИНАР 5. ТЕМА 5. Рекламные и PR-технологии в выставочной деятельности**

Цель: изучить сущность рекламных технологий, применяемых на выставках.

Вопросы для обсуждения:

1. Выставки как инструмент рекламы, паблик рилейшнз.
2. Сущность, цели и функции рекламной деятельности на выставках.
3. Рекламные технологии на выставках.
4. Формы, виды и средства рекламы на выставках и ярмарках.
5. Имидж фирмы и его формирование на выставке.
6. Паблик рилейшнз в процессе подготовки и проведения выставки.
7. Подготовка и издание официального каталога выставки, буклетов и проспектов.
8. Пресс- конференция для СМК до открытия выставки.
9. Разработка и рассылка пресс- релизов.
10. Презентация экспозиций. Проведение брифингов.
11. Оценка эффективности рекламы на выставке.

#### **СЕМИНАР 6. ТЕМА 6. Планирование участия в выставке**

Цель: изучить планирование участия в выставке.

Вопросы для обсуждения:

1. Фазы принятия решения об участии.
2. Предпосылки и причины участия.
3. Определение целей участия в выставке: установление контактов; совершения торговых сделок, презентация товаров; установления коммуникаций, сбыт товаров; исследование рынка; исследование товара; исследование рекламно-пропагандистской деятельности; исследование политики и методов коммуникации.
4. Выбор подходящей ярмарки/выставки.
5. Основные критерии оценки ярмарок/выставок: стоимость услуг, место проведения, динамика основных показателей ярмарки/выставки, происхождение и состав экспонентов по количеству и типу, происхождение и состав посетителей.
6. Определение способа участия в ярмарке/выставке: самостоятельное участие, групповое участие (национальные павильоны).
7. Факторы, определяющие способ участия в ярмарке/выставке.

8. Определение стоимости участия в выставке. Составление сметы и ее основные статьи расходов. Спонсирование выставок. Привлечение инвестиций в выставочной деятельности.

### **СЕМИНАР 7. ТЕМА 7. Организация участия в выставке**

Цель: изучить организацию участия в выставке.

Вопросы для обсуждения:

1. Техника организации участия в ярмарке/выставке. Условия успешного участия в ярмарке/выставке. Разработка концепции выставки. Рабочий план подготовки и проведения выставки.
2. Отбор персонала на выставку. Распределение функциональных обязанностей. Подготовка персонала, участвующему на выставке. Установление контактов с администрацией выставки.
3. Документационное обеспечение участия в выставке. Разработка форм заявок, условий участия и договоров с участниками выставок.
4. Экспонаты как одно из самых важных средств передачи коммерческого сообщения экспонента. Определение состава, количества и стоимости экспонатов. Принципы отбора экспонатов. Оценка факторов, влияющих на имидж экспонатов. Транспортировка экспонатов. Определение способа перевозки. Выбор упаковочных материалов для транспортировки. Подготовка грузовой и таможенной документации. Определение стоимости перевозки.
5. Организация стенда. Понятие стенда. Размеры стенда, факторы, влияющие на его размер: количество и вид экспонатов; ожидаемое количество посетителей; особые запросы экспонента; размеры и авторитет фирмы; размеры стендов конкурентов.
6. Расположение стенда. Правила размещения стенда.
7. Типы стендов: стенды, расположенные в закрытом помещении - линейный стенд, угловой стенд, «полуостров», «остров», «сквозной», «визави»; стенды на открытом воздухе.
8. Проектирование стенда. Правила проектирования стенда. Творческие элементы оформления стенда.
9. Цветовое оформление стенда. Факторы, определяющие выбор цветов. Цветовая гамма и ее влияние на психологическую реакцию посетителей и физиологические последствия.
10. Освещение и его влияние на создание атмосферы стенда. Виды освещения и их характеристика: общее, специальное, широкого радиуса, плотного пучка.
11. Графические и аудио-визуальные средства оформления стенда. Эффективность графических и пояснительных элементов оформления стенда в зависимости от их размеров, выражающих соотношение высоты их размещения и расстояния, с которого они могут быть замечены.
12. Определение звуковых средств передачи информации.

### **СЕМИНАР 8. ТЕМА 8. Проведение выставки**

Цель: изучить особенности проведения выставки.

Вопросы для обсуждения:

1. Организация церемонии открытия выставки. Определение режима работы выставки. Действия персонала во время работы ярмарки/выставки. Работа на территории выставки и за ее пределами. Сбор информации, наблюдение за поведением конкурентов, пропаганда имиджа предприятия и т.д.
2. Общение со СМИ. Организация пресс-конференции, интервью. Составление пресс-релиза. Обслуживание посетителей выставки. Определение и оценка первичных и вторичных потребностей посетителей.

3. Типы посетителей с точки зрения их поведения и работа с ними: рационалисты, «фланеры», неуверенные в себе, своевластные, нервные, новаторы, консерваторы, случайные, «туристы», «воображалы», «проспектоеды», застенчивые, «франты», «грубияны», «шпионы». Посетители промышленных выставок и ярмарок, их типы и характеристика: активные, целеустремленные, случайные, реалисты.
4. Показ экспонатов и способы их демонстрации.
5. Деловые встречи дирекции, организация переговоров, подписание договоров. Коммуникация с посетителями. Факторы успеха коммуникации. Требования к коммуникациям на стенде. Принципы правильной коммуникации с посетителями. Устное мастерство. Культура и техника речи. Подготовка тезисов и конспекта выступления персонала, работающего на стенде. Особенности приемов рассказа и ответов на вопросы на стенде.
6. Разработка бюллетеня посетителя. Организация смотров-конкурсов, дегустаций, награждение участников выставки и экспонентов. Закрытие выставки. Типовые ошибки при проведении выставки.

### **СЕМИНАР 9. ТЕМА 9. Послевыставочная работа**

Цель: рассмотреть методы оценки эффективности участия в выставке.

Вопросы для обсуждения:

1. Анализ контактов и информации, полученной от посетителей и конкурентов; оценка замечаний, реакций и общей критики со стороны посетителей.
2. Подготовка отчетов.
3. Выбор перспективных клиентов.
4. Заключение послевыставочных контактов.
5. Подведение итогов.
6. Методы оценки эффективности участия в выставке.
7. Предварительное решение на участие в следующей выставке.

### **6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).**

Одним из основных видов деятельности студента является самостоятельная работа, которая включает в себя изучение лекционного материала, учебников и учебных пособий, первоисточников, подготовку сообщений, выступления на групповых занятиях, выполнение заданий преподавателя. Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей студентов. Время и место самостоятельной работы выбираются студентами по своему усмотрению с учетом рекомендаций преподавателя. Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения программы, которая содержит основные требования к знаниям, умениям и навыкам обучаемых. Обязательно следует вспомнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочных занятий. Затем – приступить к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном программой. Получив представление об основном содержании раздела, темы, необходимо изучить материал с помощью учебника. Целесообразно составить краткий конспект или схему, отображающую смысл и связи основных понятий данного раздела и включенных в него тем. Затем, как показывает опыт, полезно изучить выдержки из первоисточников. При желании можно составить их краткий конспект. Обязательно следует записывать возникшие вопросы, на которые не удалось ответить самостоятельно.

Для более полной реализации цели, поставленной при изучении тем самостоятельно, студентам необходимы сведения об особенностях организации самостоятельной работы; требованиям, предъявляемым к ней; а также возможным формам

и содержанию контроля и качества выполняемой самостоятельной работы. Самостоятельная работа студента в рамках действующего учебного плана по реализуемым образовательным программам различных форм обучения предполагает самостоятельную работу по данной учебной дисциплине, включенной в учебный план. Объем самостоятельной работы (в часах) по рассматриваемой учебной дисциплине определен учебным планом.

В ходе самостоятельной работы студент должен:

- освоить теоретический материал по изучаемой дисциплине (отдельные темы, отдельные вопросы тем, отдельные положения и т. д.);

- применить полученные знания и навыки для выполнения практических заданий.

Студент, приступающий к изучению данной учебной дисциплины, получает информацию обо всех формах самостоятельной работы по курсу с выделением обязательной самостоятельной работы и контролируемой самостоятельной работы, в том числе по выбору. Задания для самостоятельной работы студента должны быть четко сформулированы, разграничены по темам изучаемой дисциплины, и их объем должен быть определен часами, отведенными в учебной программе.

Самостоятельная работа студентов должна включать:

- подготовку к аудиторным занятиям (лекциям, лабораторно-практическим);
- поиск (подбор) и изучение литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;

- самостоятельную работу над отдельными темами учебной дисциплины в соответствии с тематическим планом;

- домашнее задание, предусматривающее завершение практических аудиторных работ;

- подготовку к зачету или экзамену;

- работу в студенческих научных обществах, кружках, семинарах и т.д.;

- участие в научной и научно-методической работе кафедры, факультета;

- участие в научных и научно-практических конференциях, семинарах.

### 6.1. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<b>УК-4</b> Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);	УК-4 – 31	1.Выявить особенности возникновения и проведения выставок в древности и средневековье. 2.Назвать появление выставок в России. Первая российская мануфактурная выставка в Петербурге (1829). 3. Назвать развитие выставок в XX веке, изменение характера торговых выставок и ярмарок.
	УК-4 – 32	1.Выучить терминологию выставочно-ярмарочной деятельности 2.Охарактеризовать ярмарки в Средневековой Европе. 3.Определить влияние промышленной революции на развитие выставочной деятельности.
<b>ПК-6</b> Способен анализировать влияние определяющих факторов на развитие туристско-рекреационной деятельности, выявлять и оценивать культурно-исторические, социальные и экономические ресурсы туризма в регионах мира и России.;	ПК-6 – 31	1. Назвать понятие торговой ярмарки (ярмарки-выставки) и торгово-промышленной выставки. 2. Перечислить основные отличительные черты между торгово-промышленными выставками и торговыми ярмарками. 3.Охарактеризовать виды торговых ярмарок/выставок.
	ПК-6 – 32	1.Назвать международную классификацию выставок. 2. Перечислить субъекты выставочной деятельности, и их коммуникационное взаимодействие: экспонент, устроитель, посетитель.

		3.Перечислить функции выставочной деятельности: социальные, экономические, просветительские и др.
--	--	---

## 6.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<b>УК-4</b> Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);	УК-4 – У1	1. Назвать законодательную и нормативно-правовую базу выставочной деятельности. 2.Перечислить особенности правовых норм участия в российских выставках. 3.Охарактеризовать концепцию развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации. Порядок участия российских организаций в выставках за рубежом.
	УК-4 – У2	1. Изучить конвенцию о временном ввозе (Стамбул, 26.06.1990г.). 2.Назвать правила участия зарубежных компаний в выставках на территории РФ. 3.Определить порядок обмена опытом выставочной деятельности.
<b>ПК-6</b> Способен анализировать влияние определяющих факторов на развитие туристско-рекреационной деятельности, выявлять и оценивать культурно-исторические, социальные и экономические ресурсы туризма в регионах мира и России.	ПК-6 – У1	1. Изучить выставку как инструмент маркетинговых исследований. 2.Определить преимущества торговых ярмарок/выставок по сравнению с другими средствами маркетинговых коммуникаций. 3.Назвать место ярмарок/выставок в комплексе маркетинга: позиционирование организации-экспонента; изучение рыночных трендов, ценовой и покупательской политики; стимулирование продаж; исследование потребителей и конкурентов; поиск партнеров.
	ПК-6 – У2	1. Определить имидж фирмы и его формирование на выставке. 2.Изучить публик рилейшнз в процессе подготовки и проведения выставки. 3.Изучить подготовку и издание официального каталога выставки, буклетов и проспектов.

## 6.3. Задания, направленные на формирование профессиональных навыков

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<b>УК-4</b> Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);	УК-4– В1	1.Оценить пресс-конференцию для СМК до открытия выставки. 2.Охарактеризовать разработку и рассылка пресс-релизов. 3. Сделать презентацию экспозиций. Проведение брифингов.
	УК-4 – В2	1.Выявить основные критерии оценки ярмарок/выставок: стоимость услуг, место проведения, динамика основных показателей ярмарки/выставки, происхождение и состав экспонентов по количеству и типу, происхождение и состав посетителей. 2.Определить способы участия в ярмарке/выставке: самостоятельное участие, групповое участие (национальные павильоны). 3.Определить стоимость участия в выставке.

		Составление сметы и ее основные статьи расходов. Спонсирование выставок. Привлечение инвестиций в выставочной деятельности.
<b>ПК-6</b> Способен анализировать влияние определяющих факторов на развитие туристско-рекреационной деятельности, выявлять и оценивать культурно-исторические, социальные и экономические ресурсы туризма в регионах мира и России.;	ПК-6 – В1	1. Выявить методы оценки эффективности участия в выставке. 2. Определить методы количественной оценки эффективности участия в выставке. 3. Изучить выставку как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций.
	ПК-6– В2	1. Оценить отбор персонала на выставку. 2. Охарактеризовать экспонаты как одно из самых важных средств передачи коммерческого сообщения экспонента. 3. Изучить организацию и проектирование стенда. Графические и аудио-визуальные средства оформления стенда.

## СЛОВАРЬ ОСНОВНЫХ ПОНЯТИЙ

**Агент [англ. agent]** - юридическое или физическое лицо, которое на основании договора-поручения с организатором (распорядителем) выставки и за комиссионное вознаграждение принимает на себя обязательства по комплектации выставки участниками или другие обязанности.

**Ай-стоппер [англ. eye-stopper]** - любой объект, предмет, элемент оформления, используется для привлечения внимания к стенду.

**Аккредитация [англ. accreditation]** - процедура признания полномочий журналистов на время выставочных мероприятий.

**Выставка с международным участием [англ. exhibition (fair) with international participation]** - выставка, в которой, кроме отечественных предприятий, участвуют иностранные предприятия.

**Выставка международная [англ. international exhibition (fair)]** - выставка, в которой не менее 20% экспонентов или 4% посетителей, или 20% площади экспозиции являются иностранными (международные нормативы по состоянию на июнь 2005 года).

**Выставка национальная [англ. national exhibition (fair)]** - выставка, в которой принимают участие предприятия только одной страны.

**Выставка региональная [англ. regional exhibition (fair)]** - выставка, в которой принимают участие предприятия регионального рынка.

**Выставка специализированная [англ. specialized exhibition (fair)]** - выставка, на которой демонстрируются экспонаты одного направления или отрасли.

**Выставка традиционная [англ. established (long-running) exhibition (fair)]** - выставка, которая проводится не меньше двух раз определенным организатором в устоявшийся термин с определенной периодичностью.

**Выставка универсальная (многоотраслевая) [англ. general (multibranch, wide-ranging) exhibition (fair)]** - выставка, на которой демонстрируются экспонаты двух и более направлений или отраслей.

**Выставка [англ. exhibition, trade fair, trade show]** - кратковременный периодический мероприятие, в рамках которого участники предлагают товары (услуги) одной или нескольких отраслей и информируют потребителей о своем предприятии и продукцию. Выставки направлены в большей степени на демонстрацию товаров, работ и услуг, их рекламу, расширение сбыта, чем на непосредственную торговлю.

**Выставка промышленная [англ. trade exhibition, trade fair, trade show, b2b (business to business) exhibition]** - выставка, на которой представлены промышленные товары, работы и услуги, потребителями которых являются предприятия (юридические лица).

**Выставка потребительская [англ. consumer exhibition, consumer fair, public show, b2c (business to consumer) exhibition]** - выставка, на которой представлены товары массового потребления, потребителями которых являются частные лица.

**Посетитель выставки [англ. visitor, attendee]** - лицо, посещает выставку в течение ее работы.

**Демонтаж [англ. dismantling, disassembling]** - разборка выставочного стенда после завершения выставки (ярмарки).

**Директор выставки [англ. exhibition director, exhibition manager]** - физическое лицо, на основании устава или доверенности организатора (распорядителя) выставки представляет его во взаимоотношениях с другими субъектами выставочно-ярмарочной деятельности.

**Экспедитор [англ. forwarder]** - предприятие, которое обеспечивает доставку и таможенное оформление экспонатов.

**Экспозиция [англ. exposition, display]** - систематизированное размещение экспонатов на выставке (ярмарке).

**Экспонат [англ. exhibit]** - товар или услуга, демонстрируется на выставке.

**Экспонент [англ. exhibitor]** - участник выставки.

**Застройщик [англ. booth assembly subcontractor]** - подрядчик, осуществляющий работы по монтажу и демонтажу стендов на выставке (ярмарке).

**Застройщик генеральный [англ. general booth assembly contractor]** - застройщик, который осуществляет работы по монтажу и демонтажу основной части экспозиции.

**Сбор регистрационный [англ. registration fee]** - обязательная плата за участие в выставке; может включать стоимость дополнительных услуг (охрана, рекламная поддержка и т.д.).

**Карточка регистрационная [англ. registration card]** - бланк, содержащий полную информацию о посетителе выставки.

**Каталог выставки [англ. exhibition catalogue]** - систематизированный перечень участников, содержит краткую информацию о них, план выставки и тому подобное.

**Конгресс-центр [англ. convention center]** - предприятие, основная деятельность которого связана с организацией и проведением конгрессов, симпозиумов, конференций при условии наличия необходимых площадей и соответствующей инфраструктуры.

**Монтаж [англ. installation, installing, assembly, assembling]** - сбор выставочного стенда до начала работы выставки (ярмарки).

**Оборудование выставочное [англ. exhibition equipment]** - выставочные конструкции, мебель и другое оснащение для обеспечения деятельности экспонентов.

**Организатор выставки [англ. exhibition organizer]** - предприятие, которое в соответствии со своим уставом занимается организацией выставок (ярмарок), берет на себя все обязательства по организации и проведению выставок и несет ответственность перед участниками и посетителями.

**Подрядчик [англ. contractor, subcontractor]** - предприятие, которое на основании договора купли-продажи или подряда с организатором, распорядителем или участником выставки поставляет необходимые товары, выполняет работы или оказывает услуги, связанные с организацией и проведением выставки.

**Площадь выставочная открыта [англ. outdoor (open-air) exhibition space]** - выставочная площадь на открытых площадках.

**Площадь выставочная демонстрационная [англ. special exhibition space, special show area]** - площадь выставки, используется для проведения особых показов, конкурсов, семинаров и не относится к территории стендов определенных экспонентов.

**Площадь выставочная общая (выставочная площадь брутто) [англ. gross (total) exhibition space (area)]** - общая площадь всех выставочных павильонов и открытых площадок, где размещена выставка.

**Площадь выставочная закрыта [англ. indoor (covered) exhibition space]** - выставочная площадь в выставочных павильонах.

**Площадь выставочная необорудованная [англ. raw exhibition space]** - свободная выставочная площадь, предоставляемая участнику для самостоятельной застройки.

**Площадь выставочная оборудована [англ. equipped exhibition space]** - выставочная площадь, которая включает выставочные конструкции и выставочное оборудование.

**Площадь выставочная чистая (выставочная площадь нетто) [англ. net exhibition space (area)]** - общая площадь всех выставочных стендов, не включая площади проходов между ними.

**Подиум [англ. display stand, display box, display platform]** - повышение стенда, что является основой для экспонатов.

**Презентация [англ. presentation]** - открытая или закрытая кратковременная демонстрация одним или несколькими предприятиями своих товаров (работ, услуг), информации о себе, события делового или общественного характера и тому подобное.

**Распорядитель выставки [англ. exhibition management contractor]** - предприятие, которому организатор (организаторы) выставки поручает (поручают) проведение всего комплекса мероприятий по подготовке и проведению выставки, включая заключение договоров с участниками выставки.

**Спонсор выставки [англ. exhibition sponsor]** - предприятие, которое в обмен на рекламные услуги предоставляет организатору (распорядителю) выставки средства на покрытие расходов по организации и проведению выставки (в виде денежных средств, товаров или услуг).

**Спонсор выставки информационный [англ. media sponsor]** - средство массовой информации или информационная агентствo, в обмен на рекламные услуги предоставляет организатору (распорядителю) выставки услуги по освещению выставки в средствах массовой информации.

**Стенд выставочный [англ. booth, stand]** - часть территории выставочного павильона или открытой площадки, что арендованная участником выставки на основании договора с организатором (распорядителем) выставки для размещения своего персонала и сервисных организаций.

**Стенд коллективный [англ. joint booth (stand)]** - выставочный стенд, представляющий одновременно экспонаты двух и более экспонентов.

**Стенд угловой [англ. comer booth (stand)]** - выставочный стенд, который имеет подходы с двух сторон.

**Стенд линейный [англ. standard (straight-line, inline) booth (stand)]** - выставочный стенд, который имеет подход только с одной стороны.

**Стенд сквозной [англ. walk-through booth (stand)]** - выставочный стенд, который имеет проход из двух параллельных сторон.

**Стендист [англ. booth (stand) assistant, attendant]** - сотрудник участника выставки или наемный специалист, работающий на стенде во время выставки.

**Стенд-остров [англ. island booth (stand)]** - выставочный стенд, который имеет подходы с четырех сторон.

**Стенд-полуостров [англ. peninsula booth (stand)]** - выставочный стенд, который имеет подходы с трех сторон.

**Суборганизатор выставки [англ. exhibition suborganizer]** - предприятие, которое на основе договора о сотрудничестве с организатором выставки берет на себя обязательства организатора выставки по части экспозиции выставки.

**Участник выставки [англ. exhibitor, participant]** - предприятие, заключившее с организатором или распорядителем выставки договор на участие в выставке.

**Участник выставки по представлению [англ. represented exhibitor, subexhibitor]** - участник выставки, который не принимает в ней участия непосредственно, а представлен другим участником.

**Участник выставки заочный [англ. correspondent exhibitor]** - участник выставки, который не принимает в ней участия непосредственно, а размещает информацию о фирме в каталоге выставки или на стенде заочного участия.

**Участник выставки прямой [англ. direct exhibitor]** - участник выставки, который берет в ней участие непосредственно, то есть демонстрирует экспонаты силами своих штатных или временных сотрудников.

**Фирма выставочная [англ. exhibition company]** - предприятие, которое в соответствии со своим уставом регулярно выступает как организатор, суборганизатор, распорядитель выставок или как их агент или генеральный подрядчик.

**Фриз [англ. booth (stand) frieze]** - декоративная полоса или крупный рекламный надпись, обрамляющая стенд.

**Центр выставочный [англ. exhibition center]** - предприятие, основная деятельность которого связана с организацией и проведением выставок (ярмарок) и предоставлением услуг в сфере организации выставок (ярмарок), при условии наличия выставочных площадей и соответствующей инфраструктуры.

**Ярмарка [англ. fair]** - выставочное мероприятие, направленное на розничную или оптовую торговлю непосредственно во время его проведения.

## 7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).

### *Паспорт фонда оценочных средств*

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)		ФОС для текущего контроля	ФОС для промежуточной аттестации
<b>УК-4</b> Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);	<b>Знать</b>	виды управленческой документации современной организации; особенности документирования управленческой деятельности в сфере туризма; УК-4-З1	Тест	Вопросы к зачёту с оценкой.
		стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами.; УК-4-З2		
	<b>Уметь</b>	строить деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации.; УК-4-У1	Реферат, доклад-презентация	
		использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках. УК-4-У2		
	<b>Владеть</b>	практическими навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации.; УК-4-В1	Практические задания	
		демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно.; УК-4-В2		
<b>ПК-6</b> Способен анализировать влияние определяющих	<b>Знать</b>	информационные ресурсы, базы данных, являющиеся основой для развития того или иного вида туризма; ПК-6-З1	Тест.	Вопросы к зачёту.с оценкой

факторов на развитие туристско-рекреационной деятельности, выявлять и оценивать культурно-исторические, социальные и экономические ресурсы туризма в регионах мира и России.;		факторы культурно-ландшафтной дифференциации территории; ПК-6-32		
	<b>Уметь</b>	работать с туристской информацией, туристскими путеводителями и картографическим материалом; ПК-6-У1	Реферат, доклад-презентация	
		работать с технической информации в области туристской деятельности; ПК-6-У2		
	<b>Владеть</b>	навыками информационно-аналитической деятельности, навыками обработки научно-технической информации в области туристской деятельности; ПК-6-В1	Практические задания	
информацией на бумажных и электронных носителях, методикой работы с учебной литературой; ПК-6-В1				

**Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		Критерии оценивания результатов обучения			
			2	3	4	5
<b>УК-4</b> Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);	<b>Знать</b>	виды управленческой документации современной организации; особенности документирования управленческой деятельности в сфере туризма; УК-4-31	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
		стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами.; УК-4-32				
	<b>Уметь</b>	строить деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации.; УК-4-У1	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет
		использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках.				

		УК-4-У2				
	<b>Владеть</b>	практическими навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации.; УК-4-В1	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет
		демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно.; УК-4-В2				
<b>ПК-6</b> Способен анализировать влияние определяющих факторов на развитие туристско-рекреационной деятельности, выявлять и оценивать культурно-исторические, социальные и экономические ресурсы туризма в регионах мира и России.;	<b>Знать</b>	информационные ресурсы, базы данных, являющиеся основой для развития того или иного вида туризма; ПК-6-31	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
		факторы культурно-ландшафтной дифференциации территории; ПК-6-32				
	<b>Уметь</b>	работать с туристской информацией, туристскими путеводителями и картографическим материалом; ПК-6-У1	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет
		работать с технической информации в области туристской деятельности; ПК-6-У2				
<b>Владеть</b>	навыками информационно-аналитической деятельности, навыками обработки научно-технической информации в области туристской деятельности; ПК-6-В1	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет	
	информацией на бумажных и электронных носителях, методикой работы с учебной литературой; ПК-6-В1					

## 7.1.ФОС для проведения текущего контроля.

### 7.1.1. Задания для оценки знаний

#### Тест №1

УК-4 – 31, УК-4 – 32, ПК-6 – 31, ПК-6 – 32

1. Какая страна является родоначальницей выставок?

- а) Великобритания;
- б) Германия;

- в) Франция.
2. Экспонат – это:
- а) участники выставки;
  - б) объект показа;
  - в) сотрудник, работающий на стенде.
3. В какой стране была проведена первая всемирная выставка?
- а) в Японии;
  - б) в Германии;
  - в) в Англии.
4. Как называется крупнейшая выставка в России?
- а) МИТТ;
  - б) UFI;
  - в) INWETEXS.
5. Главная цель всемирных выставок – это:
- а) показать достижения в области культуры;
  - б) показать достижения всего человечества;
  - в) показать достижения страны, в которой проводится выставка.
6. По тематическому критерию выставки бывают:
- а) универсальные, межотраслевые;
  - б) национальные, межрегиональные;
  - в) другие.
7. Какой вид стенда открыт только с одной стороны?
- а) нестандартный;
  - б) линейный;
  - в) полуостров.
8. ЗАО «СОУД — Сочинские выставки» было основано в
- а) 1851г.;
  - б) 2005г.;
  - в) 1991г.
9. Каков срок действия карнета АТА?
- а) 3 года;
  - б) 5 лет;
  - в) 1 год.
10. Какой статус имеют выставки или ярмарки, когда иностранные экспоненты составляют не менее 10% от общего числа участников и 5% иностранных посетителей и специалистов.
- а) международный;
  - б) национальный;
  - в) региональный.

**Тест №2**

**УК-4 – 31, УК-4 – 32, ПК-6 – 31, ПК-6 – 32**

1. Вопросы практического характера, относящиеся к организации международных выставок, возложены на:

- а) Международное Бюро выставок;
- б) Коллегию Генеральных Комиссаров;
- в) Выставочную компанию.

2. Какой российский город претендовал на проведение международной выставки EXPO в 2010?

- а) Санкт-Петербург;
- б) Казань;
- в) Москва.

3. Непременное условие для существования системы карнета АТА является:

- а) необходимый пакет документов;
- б) наличие в странах участницах гаранта уплаты таможенных платежей.
- в) квалифицированные кадры.

4. Рыночные мероприятия, на которых экспоненты выставляют на основе выставочных образцов производимые товары и услуги – это:

- а) выставки;
- б) ярмарки;
- в) выставки и ярмарки.

5. Общую выставку первой категории разрешается проводить в одной и той же стране раз в:

- а) 10 лет;
- б) 20 лет;
- в) 15 лет.

6. Приглашение принять участие в общей выставке второй категории страны участницы получают:

- а) за 1 год до начала выставки;
- б) за 2 года;
- в) за 3 года.

7. Когда была разработана Брюссельская таможенная конвенция?

- а) 8 июня 1961 года;
- б) 25 января 1846 года;
- в) 15 сентября 1989 года.

8. Юнеско - это:

- а) аббревиатура международной выставки туризма в Берлине;
- б) комиссия ООН по вопросам культуры, здравоохранения и просвещения;
- в) название союза молодых журналистов.

9. Какой из ниже приведенных документов выработал типовые общие правила всемирных выставок?

- а) Таможенная конвенция «О карнетах АТА»;
- б) Брюссельская таможенная конвенция;
- в) Парижская конвенция.

10. Какие принципиальные вопросы рассмотрены в Парижской конвенции?

- а) права и обязанности страны-организации и стран-участниц выставки;

- б) классификации, периодичность и продолжительность выставок;  
в) оба варианта верны.

#### Критерии оценки теста:

- если обучающийся выполняет правильно до 50% тестовых заданий, то ему выставляется оценка «неудовлетворительно»;
- если обучающийся выполняет правильно 51-75% тестовых заданий, то ему выставляется оценка «удовлетворительно»;
- если обучающийся выполняет правильно 76-89 % тестовых заданий, то ему выставляется оценка «хорошо»;
- если обучающийся выполняет правильно 90-100 % тестовых заданий, то ему выставляется оценка «отлично».

#### 7.1.2. Задания для оценки умений

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<b>УК-4</b> Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);	УК-4 – У1	<b>Темы рефератов, докладов-презентаций</b> 1. Законодательная и нормативно-правовая база выставочной деятельности. 2. Особенности правовых норм участия в российских выставках. 3. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации. 7. Свойства документа (документная информация: емкость, полнота, достоверность, своевременность и объективность).
	УК-4 – У2	<b>Темы рефератов, докладов-презентаций</b> 1. Порядок участия российских организаций в выставках за рубежом. 2. Парижская конвенция 1928 года о международных выставках. 3. Соглашение с государствами-участниками СНГ "О развитии выставочно-ярмарочной деятельности в Содружестве Независимых Государств" от 26.05.1995г.
<b>ПК-6</b> Способен анализировать влияние определяющих факторов на развитие туристско-рекреационной деятельности, выявлять и оценивать культурно-исторические, социальные и экономические ресурсы туризма в регионах мира и России.	ПК-6 – У1	<b>Темы рефератов, докладов-презентаций</b> 1. Таможенная конвенция о КАРНЕТЕ А. Т. А. для временного ввоза товаров (Брюссель, 06.12.1990г.). 2. Конвенция о временном ввозе (Стамбул, 26.06.1990г.). 3. Правила участия зарубежных компаний в выставках на территории РФ.
	ПК-6 – У2	<b>Темы рефератов, докладов-презентаций</b> 1. Порядок обмена опытом выставочной деятельности. 2. Роль и значение выставок в рыночных условиях. 3. Классификация выставок по территориальному и тематическому признакам.

#### Критерии оценки учебных действий обучающихся (выступление с докладом, рефератом по обсуждаемому вопросу)

Оценка	Характеристики ответа обучающегося
<b>Отлично</b>	обучающийся глубоко и всесторонне усвоил проблему;

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает;</li> <li>- опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью;</li> <li>- умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи;</li> <li>- делает выводы и обобщения.</li> </ul>
<b>Хорошо</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>обучающийся твердо усвоил тему, грамотно и по существу излагает ее, опираясь на знания основной литературы;</li> <li>- не допускает существенных неточностей;</li> <li>- увязывает усвоенные знания с практической деятельностью;</li> <li>- аргументирует научные положения;</li> <li>- делает выводы и обобщения.</li> </ul>
<b>Удовлетворительно</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>тема раскрыта недостаточно четко и полно, то есть Обучающийся освоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной литературы;</li> <li>- допускает несущественные ошибки и неточности;</li> <li>- испытывает затруднения в практическом применении знаний;</li> <li>- слабо аргументирует научные положения;</li> <li>- затрудняется в формулировании выводов и обобщений.</li> </ul>
<b>Неудовлетворительно</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- обучающийся не усвоил значительной части проблемы;</li> <li>- допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее;</li> <li>- испытывает трудности в практическом применении знаний;</li> <li>- не может аргументировать научные положения;</li> <li>- не формулирует выводов и обобщений.</li> </ul>

### **7.1.3. Задания для оценки владений, навыков**

<b>Формируемая компетенция</b>	<b>Код результата обучения</b>	<b>Задание</b>
<b>УК-4</b> Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);	УК-4– В1	<b>Практические задания</b> 1.Оценить пресс-конференцию для СМК до открытия выставки. 2.Охарактеризовать разработку и рассылка пресс-релизов. 3. Сделать презентацию экспозиций. Проведение брифингов.
	УК-4 – В2	<b>Практические задания</b> 1.Выявить основные критерии оценки ярмарок/выставок: стоимость услуг, место проведения, динамика основных показателей ярмарки/выставки, происхождение и состав экспонентов по количеству и типу, происхождение и состав посетителей. 2.Определить способы участия в ярмарке/выставке: самостоятельное участие, групповое участие (национальные павильоны). 3.Определить стоимость участия в выставке. Составление сметы и ее основные статьи расходов. Спонсирование выставок. Привлечение инвестиций в выставочной деятельности.
<b>ПК-6</b> Способен анализировать влияние определяющих факторов на развитие туристско-рекреационной деятельности, выявлять и оценивать культурно-исторические, социальные и экономические ресурсы туризма в регионах мира и России.;	ПК-6 – В1	<b>Практические задания</b> 1. Выявить методы оценки эффективности участия в выставке. 2.Определить методы количественной оценки эффективности участия в выставке. 3.Изучить выставку как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций.
	ПК-6– В2	<b>Практические задания</b> 1.Оценить отбор персонала на выставку. 2.Охарактеризовать экспонаты как одно из самых

		важных средств передачи коммерческого сообщения экспонента. 3.Изучить организацию и проектирование стенда. Графические и аудио-визуальные средства оформления стенда.
--	--	---

### Критерии оценки учебных действий обучающихся на практических занятиях

Оценка	Характеристики ответа студента
<b>Отлично</b>	Обучающийся самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение.
<b>Хорошо</b>	Обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение.
<b>Удовлетворительно</b>	Обучающийся в основном решил учебно-профессиональную задачу, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение.
<b>Неудовлетворительно</b>	Обучающийся не решил учебно-профессиональную задачу.

## 7.2. ФОС для проведения промежуточной аттестации.

### 7.2.1 Задания для оценки знаний к зачёту с оценкой

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<b>УК-4</b> Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);	УК-4 – 31	<b>Перечень вопросов</b> 1.Выявить особенности возникновения и проведения выставок в древности и средневековье. 2.Назвать появление выставок в России. Первая российская мануфактурная выставка в Петербурге (1829). 3. Назвать развитие выставок в XX веке, изменение характера торговых выставок и ярмарок.
	УК-4 – 32	<b>Перечень вопросов</b> 1.Выучить терминологию выставочно-ярмарочной деятельности 2.Охарактеризовать ярмарки в Средневековой Европе. 3.Определить влияние промышленной революции на развитие выставочной деятельности.
<b>ПК-6</b> Способен анализировать влияние определяющих факторов на развитие туристско-рекреационной деятельности, выявлять и оценивать культурно-исторические, социальные и экономические ресурсы туризма в регионах мира и России.	ПК-6 – 31	<b>Перечень вопросов</b> 1. Назвать понятие торговой ярмарки (ярмарки-выставки) и торгово-промышленной выставки. 2. Перечислить основные отличительные черты между торгово-промышленными выставками и торговыми ярмарками. 3.Охарактеризовать виды торговых ярмарок/выставок.
	ПК-6 – 32	<b>Перечень вопросов</b> 1.Назвать международную классификацию выставок. 2. Перечислить субъекты выставочной деятельности, и их коммуникационное взаимодействие: экспонент, организатор, посетитель. 3.Перечислить функции выставочной деятельности: социальные, экономические, просветительские и др.

### 7.2.2. Задания для оценки умений к зачету с оценкой

<b>Формируемая компетенция</b>	<b>Код результата обучения</b>	<b>Задание</b>
<b>УК-4</b> Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);	УК-4 – У1	<b>Практическое задание</b> 1. Назвать законодательную и нормативно-правовую базу выставочной деятельности. 2. Перечислить особенности правовых норм участия в российских выставках. 3. Охарактеризовать концепцию развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации. Порядок участия российских организаций в выставках за рубежом.
	УК-4 – У2	<b>Практическое задание</b> 1. Изучить конвенцию о временном ввозе (Стамбул, 26.06.1990г.). 2. Назвать правила участия зарубежных компаний в выставках на территории РФ. 3. Определить порядок обмена опытом выставочной деятельности.
<b>ПК-6</b> Способен анализировать влияние определяющих факторов на развитие туристско-рекреационной деятельности, выявлять и оценивать культурно-исторические, социальные и экономические ресурсы туризма в регионах мира и России.	ПК-6 – У1	<b>Практическое задание</b> 1. Изучить выставку как инструмент маркетинговых исследований. 2. Определить преимущества торговых ярмарок/выставок по сравнению с другими средствами маркетинговых коммуникаций. 3. Назвать место ярмарок/выставок в комплексе маркетинга: позиционирование организации-экспонента; изучение рыночных трендов, ценовой и покупательской политики; стимулирование продаж; исследование потребителей и конкурентов; поиск партнеров.
	ПК-6 – У2	1. Определить имидж фирмы и его формирование на выставке. 2. Изучить паблик рилейшнз в процессе подготовки и проведения выставки. 3. Изучить подготовку и издание официального каталога выставки, буклетов и проспектов.

### **7.2.3. Задания для оценки владений, навыков к зачету с оценкой**

<b>Формируемая компетенция</b>	<b>Код результата обучения</b>	<b>Задание</b>
<b>УК-4</b> Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);	УК-4 – В1	<b>Практическое задание</b> 1. Оценить пресс-конференцию для СМК до открытия выставки. 2. Охарактеризовать разработку и рассылку пресс- релизов. 3. Сделать презентацию экспозиций. Проведение брифингов.
	УК-4 – В2	<b>Практическое задание</b> 1. Выявить основные критерии оценки ярмарок/выставок: стоимость услуг, место проведения, динамика основных показателей ярмарки/выставки, происхождение и состав экспонентов по количеству и типу, происхождение и состав посетителей. 2. Определить способы участия в ярмарке/выставке: самостоятельное участие, групповое участие (национальные павильоны). 3. Определить стоимость участия в выставке. Составление сметы и ее основные статьи расходов. Спонсирование выставок. Привлечение инвестиций в выставочной деятельности.
<b>ПК-6</b>	ПК-6 – В1	<b>Практическое задание</b>

Способен анализировать влияние определяющих факторов на развитие туристско-рекреационной деятельности, выявлять и оценивать культурно-исторические, социальные и экономические ресурсы туризма в регионах мира и России.		1. Выявить методы оценки эффективности участия в выставке. 2. Определить методы количественной оценки эффективности участия в выставке. 3. Изучить выставку как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций.
	ПК-6– В2	<b>Практическое задание</b> 1. Оценить отбор персонала на выставку. 2. Охарактеризовать экспонаты как одно из самых важных средств передачи коммерческого сообщения экспонента. 3. Изучить организацию и проектирование стенда. Графические и аудио-визуальные средства оформления стенда.

### Уровни и критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины

	Критерии оценивания	Итоговая оценка
Уровень 1. Недостаточный	Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на задаваемые вопросы, невыполнение практических заданий	Неудовлетворительно/незачтено
Уровень 2. Базовый	Знание только основного материала, допустимы неточности в ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Удовлетворительно/зачтено
Уровень 3. Повышенный	Твердые знания программного материала, допустимые несущественные неточности при ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Хорошо/зачтено
Уровень 4. Продвинутый	Глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с возможностью ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения	Отлично/зачтено

### 8. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

#### а) основная учебная литература.

1. Назаренко Л.Ф. Выставка как инструмент маркетинга. М., 2019.
2. Олвуд Д., Монтгомери Б. Выставки: планирование и дизайн. Новосибирск, 2018.
3. Волкодавова Е.В. Международные выставки как фактор формирования и реализации экспортного потенциала промышленных предприятий. Самара, 2017.
4. Переверзев М.П., Косцов Т.В. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учеб. пособие для бакалавриата. – М.: ИНФРА-М, 2016.
5. Кочетова, Л. М. История выставочно-ярмарочной деятельности: учебное пособие. — Министерство образования и науки РФ, Новосибирский гос. ун-т экономики и управления «НИНХ» / Л. М. Кочетова. — Новосибирск : НИНХ, 2016.

#### б) дополнительная учебная литература

1. Закон РФ "О защите прав потребителей" от 07.02.1992 № 2300-1.

2. Закон РФ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации"
3. Баранов А.С., Бисько И.А. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма: учеб. пособие для вузов. – М.: ИНФРА-М, 2015.
4. Выставка «под ключ». Готовые маркетинговые решения. (Готовые маркетинговые решения) / Под ред. Добробабенко Н.С., Добробабенко Е.В. СПб., 2012.
5. Захаренко Г.П. Выставка: техника и технология успеха. М., 2015.
6. Критсотакис Я.Г. Торговые ярмарки и выставки. Техника участия и коммуникации. М., 2015.
7. Миллер С. Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом. М., 2015.
8. Докашенко, Л. В. Экономика и организация конгрессно - выставочной деятельности : учебное пособие : Министерство образования и науки РФ, Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма / Л. В. Докашенко. — Оренбург : ОГУ, 2015.
9. Петелин В. Г. Менеджер предприятия по рекламе и выставкам. М., 2013.
10. Петелин В.Г. Стендист торгово-промышленной выставки: Секреты мастерства. М., 2011.
11. Петелин В.Г. Технологии подготовки и проведения выставок: Учеб. пособие. М., 2014.
12. Саюшев В. А. 50 золотых правил экспонента // Экспомир. 2013. № 1.
13. Семенцова Т. Современные технологии выставочного маркетинга // Вопросы экономики. 2012. № 3.
14. Фирдман С. Как показать товар лицом: выставки и презентации. М., 2011.
15. Шпаков В.Н. Россия на всемирных выставках. 1851 - 2000 гг. М., 2011.
16. Александрова, Н. Выставочный менеджмент: стратегии управления и маркетинговые коммуникации : учебно-методическое пособие / Н. Александрова, И. Филоненко. — М. : РИА Прозекс, 2006.
17. Баранов А.С., Бисько И.А. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма: учеб. пособие для вузов. – М.: ИНФРА-М, 2015.

#### **9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).**

<a href="http://window.edu.ru">http://window.edu.ru</a>	Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"
<a href="https://openedu.ru">https://openedu.ru</a>	«Национальная платформа открытого образования» (ресурсы открытого доступа)
<a href="http://www.portal.gersen.ru">http://www.portal.gersen.ru</a>	Сайт Электронной библиотеки Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена «Гуманитарные технологии в социальной сфере». Раздел «Методология и наука»
<a href="http://elibrary.rsl.ru/">http://elibrary.rsl.ru/</a>	Сайт Российской электронной библиотеки (РГБ)
<a href="http://www.gumer.info">www.gumer.info</a>	Электронная библиотека ГУМЕР. Раздел НАУКА
<a href="http://www.filosofium.ru/">http://www.filosofium.ru/</a>	Сайт Философия науки, философия для аспирантов
<a href="http://www.jurnal.org/">http://www.jurnal.org/</a>	Сайт журнала научных публикаций для аспирантов и докторантов
<a href="http://www.moluch.ru/">http://www.moluch.ru/</a>	Сайт журнала «Молодой учёный»

#### **10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).**

Основными видами аудиторной работы обучающегося при изучении дисциплины являются лекции и семинарские занятия. Обучающийся не имеет права пропускать без

уважительных причин аудиторные занятия, в противном случае он может быть не допущен к зачету.

На лекциях даются и разъясняются основные понятия темы, связанные с ней теоретические и практические проблемы, рекомендации для самостоятельной работы. В ходе лекции обучающийся должен внимательно слушать и конспектировать лекционный материал.

Завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины семинарские занятия. Они служат для контроля подготовленности обучающегося; закрепления изученного материала; развития умения и навыков подготовки докладов, сообщений по естественнонаучной проблематике; приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии.

Семинару предшествует самостоятельная работа обучающегося, связанная с освоением лекционного материала и материалов, изложенных в учебниках, учебных пособиях и в рекомендованной преподавателем тематической литературе. По согласованию с преподавателем или его заданию обучающийся может готовить рефераты по отдельным темам дисциплины. Примерные темы докладов, рефератов и вопросов для обсуждения приведены в настоящих рекомендациях.

### **10.1. Работа на лекции.**

Основу теоретического обучения обучающихся составляют лекции. Они дают систематизированные знания обучающимся о наиболее сложных и актуальных философских проблемах. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению обучающимися изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Излагаемый материал может показаться обучающимся сложным, необычным, поскольку включает знания, почерпнутые преподавателем из различных отраслей науки, религии, истории, практики. Вот почему необходимо добросовестно и упорно работать на лекциях. Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, обучающиеся должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета.

Обучающиеся должны аккуратно вести конспект. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо так же выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель.

Обучающимся, изучающим дисциплину, рекомендуется расширять, углублять, закреплять усвоенные знания во время самостоятельной работы, особенно при подготовке к семинарским занятиям, изучать и конспектировать не только обязательную, но и дополнительную литературу.

### **10.2. Работа с конспектом лекций.**

Просмотрите конспект сразу после занятий. Отметьте материал конспекта лекций, который вызывает затруднения для понимания. Попытайтесь найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь на текущей консультации или на ближайшей лекции за помощью к преподавателю.

Каждую неделю отводите время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам и тестам.

### **10.3. Выполнение практических работ.**

По наиболее сложным проблемам учебной дисциплины проводятся практические занятия. Их главной задачей является углубление и закрепление теоретических знаний у обучающихся.

Практическое занятие проводится в соответствии с планом. В плане указываются тема, время, место, цели и задачи занятия, тема доклада и реферативного сообщения, обсуждаемые вопросы. Дается список обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к занятию.

Подготовка обучающихся к занятию включает:

- заблаговременное ознакомление с планом занятия;
- изучение рекомендованной литературы и конспекта лекций;
- подготовку полных и глубоких ответов по каждому вопросу, выносимому для обсуждения;
- подготовку доклада, реферата по указанию преподавателя;

При проведении практических занятий уделяется особое внимание заданиям, предполагающим не только воспроизведение обучающимися знаний, но и направленных на развитие у них творческого мышления, научного мировоззрения. Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине помимо конспектов лекций, обучающимся необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение, дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с INTERNET.

Целесообразно готовиться к практическим занятиям за 1-2 недели до их начала, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий. Обучающийся должен быть готов к контрольным опросам на каждом учебном занятии. Одобряется и поощряется инициативные выступления с докладами и рефератами по темам практических занятий.

#### **10.4. Подготовка докладов, фиксированных выступлений и рефератов.**

При подготовке к докладу по теме, указанной преподавателем, обучающийся должен ознакомиться не только с основной, но и дополнительной литературой, а также с последними публикациями по этой тематике в сети Интернет. Необходимо подготовить текст доклада и иллюстративный материал в виде презентации. Доклад должен включать введение, основную часть и заключение. На доклад отводится 10-15 минут учебного времени. Он должен быть научным, конкретным, определенным, глубоко раскрывать проблему и пути ее решения.

Рекомендации к выполнению реферата:

1. Работа выполняется на одной стороне листа формата А 4.
2. Размер шрифта 14, межстрочный интервал (одинарный).
3. Объем работы должен составлять от 10 до 15 листов (вместе с приложениями).
4. Оставляемые по краям листа поля имеют следующие размеры:  
Слева - 30 мм; справа - 15 мм; сверху - 15 мм; снизу - 15 мм.

##### **5. Содержание реферата:**

- *Титульный лист.*
- *Содержание.*
- *Введение.*

Введение должно включать в себя краткое обоснование актуальности темы реферата. В этой части необходимо также показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и какое может иметь практическое значение.

- *Основной материал.*
- *Заключение.*

Заключение - часть реферата, в которой формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выполнение поставленных во введении задач и целей. Заключение должно быть чётким, кратким, вытекающим из основной части.

- *Список литературы.*

6. Нумерация страниц проставляется в правом нижнем углу, начиная с введения (стр. 3). На титульном листе и содержании, номер страницы не ставится.

7. Названия разделов и подразделов в тексте должны точно соответствовать названиям, приведённым в содержании.

8. Таблицы помещаются по ходу изложения, должны иметь порядковый номер. (Например: Таблица 1, Рисунок 1, Схема 1 и т.д.).

9. В таблицах и в тексте следует укрупнять единицы измерения больших чисел в зависимости от необходимой точности.

10. Графики, рисунки, таблицы, схемы следуют после ссылки на них и располагаются симметрично относительно центра страницы.

11. В списке литературы указывается полное название источника, авторов, места издания, издательство, год выпуска и количество страниц.

### **10.5. Разработка электронной презентации.**

Распределение тем презентации между обучающимися и консультирование их по выполнению письменной работы осуществляется также как и по реферату. Приступая к подготовке письменной работы в виде электронной презентации необходимо исходить из целей презентации и условий ее прочтения, как правило, такую работу обучающиеся представляют преподавателю на проверку по электронной почте, что исключает возможность дополнительных комментариев и пояснений к представленному материалу.

По согласованию с преподавателем, материалы презентации обучающийся может представить на CD/DVD-диске (USB флэш-диске).

Электронные презентации выполняются в программе MS PowerPoint в виде слайдов в следующем порядке:

- титульный лист с заголовком темы и автором исполнения презентации;
- план презентации (5-6 пунктов -это максимум);
- основная часть (не более 10 слайдов);
- заключение (вывод);

Общие требования к стилевому оформлению презентации:

- дизайн должен быть простым и лаконичным;
- основная цель - читаемость, а не субъективная красота. При этом не надо впадать в другую крайность и писать на белых листах черными буквами – не у всех это получается стильно;

- цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;

- всегда должно быть два типа слайдов: для титульных, планов и т.п. и для основного текста;

- размер шрифта должен быть: 24–54 пункта (заголовок), 18–36 пунктов (обычный текст);

- текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз. Полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании. При необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения.

- каждый слайд должен иметь заголовок;

- все слайды должны быть выдержаны в одном стиле;

- на каждом слайде должно быть не более трех иллюстраций;

- слайды должны быть пронумерованы с указанием общего количества слайдов;

- использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись.

Обычно анимация используется для привлечения внимания слушателей (например, последовательное появление элементов диаграммы).

-списки на слайдах не должны включать более 5–7 элементов. Если элементов списка все-таки больше, их лучше расположить в две колонки. В таблицах не должно быть более четырех строк и четырех столбцов – в противном случае данные в таблице будут очень мелкими и трудно различимыми.

#### **10.6. Методика работы с обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.**

В Институте созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Для перемещения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья созданы специальные условия для беспрепятственного доступа в учебные помещения и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При получении образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Также имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Получение доступного и качественного высшего образования лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечено путем создания в Институте комплекса необходимых условий обучения для данной категории обучающихся. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте Института.

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются и совершенствуются материально-технические условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, туалетные, другие помещения, условия их пребывания в указанных помещениях (наличие лифта, пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала, предусмотренного образовательной программой по выбранным направлениям подготовки, обеспечиваются следующие условия: для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске); внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание); разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет: использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения; регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений; обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой Института по выбранной специальности, обеспечиваются следующие

условия: ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий; в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию Института для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться; педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается; действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются; печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений; предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

#### **11. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ.**

При проведении лекционных занятий по дисциплине преподаватель использует аудиовизуальные, компьютерные и мультимедийные средства обучения Института, а также демонстрационные (презентации) и наглядно-иллюстрационные (в том числе раздаточные) материалы.

Практические занятия по данной дисциплине проводятся с использованием компьютерного и мультимедийного оборудования Института, при необходимости – с привлечением полезных Интернет-ресурсов и пакетов прикладных программ.

Лицензионное программно-информационное обеспечение	Microsoft Windows, Microsoft Office, Google Chrome, Kaspersky Endpoint Security
Современные профессиональные базы данных	1. Консультант+ 2. Справочная правовая система «ГАРАНТ».
Информационные справочные системы	1. Электронная библиотечная система (ЭБС) ООО «Современные цифровые технологии» 2. <a href="https://elibrary.ru">https://elibrary.ru</a> - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа) 3. <a href="https://www.rsl.ru">https://www.rsl.ru</a> - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа) 4. <a href="https://link.springer.com">https://link.springer.com</a> - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа) 5. <a href="https://zbmath.org">https://zbmath.org</a> - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа)

#### **12. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНЫХ АУДИТОРИЙ И ОБОРУДОВАНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).**

Учебные занятия по дисциплине проводятся в специализированной аудитории, оборудованной компьютерами, с возможностями показа презентаций. В процессе чтения лекций, проведения семинарских и практических занятий используются наглядные пособия, комплект слайдов, видеороликов.

Применение ТСО (аудио- и видеотехники, мультимедийных средств) обеспечивает максимальную наглядность, позволяет одновременно тренировать различные виды речевой деятельности, помогает корректировать речевые навыки, способствует развитию слуховой и зрительной памяти, а также усвоению и запоминанию образцов правильной речи, совершенствованию речевых навыков.

### *Перечень оборудованных учебных аудиторий и специальных помещений*

<p>№ 403а Кабинет рекламы и связей с общественностью, учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- доска</li><li>- стол преподавателя</li><li>- кресло для преподавателя</li><li>- компьютер</li><li>- принтер</li><li>- телевизор</li><li>- комплекты учебной мебели</li><li>- учебно-наглядные пособия</li><li>- шкаф для хранения пособий</li></ul> <p>Программное обеспечение: Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).</p>
<p>№ 403а Кабинет рекламы и связей с общественностью, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- доска</li><li>- стол преподавателя</li><li>- кресло для преподавателя</li><li>- компьютер</li><li>- принтер</li><li>- телевизор</li><li>- комплекты учебной мебели</li><li>- учебно-наглядные пособия</li><li>- шкаф для хранения пособий</li></ul> <p>Программное обеспечение: Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).</p>
<p>№ 404, 511 Помещения для самостоятельной работы</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- комплекты учебной мебели</li><li>- компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду</li></ul> <p>Программное обеспечение: Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),</p>

Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  
Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),  
Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016),  
Справочно-правовая система «Гарант» (Договор №14-ПЛ/2020 от 31 октября 2019 года).

№ 404

Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет

- комплекты учебной мебели;
- компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему.

Программное обеспечение:

Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  
Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  
Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),  
Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016),  
Справочно-правовая система «Гарант» (Договор №14-ПЛ/2020 от 31 октября 2019 года).

№ 401

Актный зал для проведения научно-студенческих конференций и мероприятий

- специализированные кресла для актовых залов
- сцена
- трибуна
- экран
- технические средства, служащие для представления информации большой аудитории
- компьютер
- демонстрационное оборудование и аудиосистема
- микрофоны

Программное обеспечение:

Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  
Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  
Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),  
Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).

№ 515

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования

- стеллажи
- учебное оборудование

**Разработчик: Соломина И.Ю. к.ф.н.**