

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Серяков Владимир Дмитриевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 25.08.2022 12:34:53  
Уникальный программный ключ:  
a8a5e969b08c5e57b011bba6b38ed24f6da2f41a

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

Кафедра сервиса



УТВЕРЖДАЮ

Ректор института

В.Д. Серяков

«26» августа 2022 г.

**Рабочая программа учебной дисциплины (модуля)**

**ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

(наименование учебной дисциплины (модуля))

**43.03.01 Сервис**

(код и направление подготовки/специальности)

направленность (профиль): сервис в индустрии моды и красоты

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля)  
рассмотрена и утверждена на заседании кафедры  
«26» августа 2022 г., протокол № 1

Заведующий кафедрой сервиса

/В.В.Белобрагин/

(подпись, учёная степень, учёное звание, ФИО)

Москва 2022

## 1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

Учебная дисциплина «Выставочная деятельность» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Сервис в индустрии моды и красоты», в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 514 (ФГОС ВО 3++).

Учебная дисциплина «Выставочная деятельность» является одной из важнейших дисциплин в структуре социально-гуманитарного знания. Она является теоретической базой для изучения видов деятельности в индустрии моды и красоты для будущего специалиста по организации постпродажного обслуживания и сервиса.

**Цели дисциплины:** получение обучающимися теоретических знаний о принципах организации выставочной и экскурсионной деятельности.

**Задачи дисциплины:** дать представление о сущности выставочной деятельности; изучить основы организации выставочной деятельности; дать представление о сущности экскурсионной деятельности; изучить основы организации экскурсионной деятельности.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по организации постпродажного обслуживания и сервиса в соответствии с профессиональным стандартом "Специалист по организации постпродажного обслуживания и сервиса", утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 31.10.2014 г. N 864н, выполнению обобщенной трудовой функции «организация и координация совместной деятельности сотрудников по обеспечению постпродажного обслуживания и сервиса на уровне структурного подразделения (службы, отдела) (код В), выполнению трудовой функции "организация процессов анализа требований к постпродажному обслуживанию и сервису и управление взаимоотношениями с потребителями продукции (код В/01.6), "разработка организационных схем, стандартов и процедур и выполнение руководства процессами постпродажного обслуживания и сервиса (код В/02.6).

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

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

**УК-9** - способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

**ПК-6** - способен к организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		Код результата обучения
<b>УК-9</b> способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	<b>Знать</b>	понятие экономического решения на предприятиях индустрии моды и красоты;	УК-9– 31
		обоснования для экономического решения на предприятиях индустрии моды и красоты;	УК-9– 32
	<b>Уметь</b>	применять методы отбора для экономического решения на предприятиях индустрии моды и красоты;	УК-9– У1
		принимать обоснованные экономические решения с учетом направленности предприятия индустрии моды и красоты;	УК-9– У2
	<b>Владеть</b>	методами отбора для экономического решения на	УК-9– В1

		предприятиях индустрии моды и красоты по результатам деятельности предприятия;	
		методами сбора информации о результатах экономической деятельности предприятия индустрии моды и красоты;	УК-9– В2
<b>ПК-6</b> способен к организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий	<b>Знать</b>	организацию выставок, ярмарок, выставок-продаж;	ПК-6 – 31
		продвижение продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы;	ПК-6 – 32
	<b>Уметь</b>	использовать организацию выставок, ярмарок, выставок-продаж в части своих полномочий;	ПК-6 – У1
		проводить продвижение продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы;	ПК-6 – У2
	<b>Владеть</b>	навыками организации выставок, ярмарок, выставок продаж;	ПК-6 – В1
		методами продвижения продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы;	ПК-6 – В2

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОП.

Б1.В.ДЭ.02.01 Выставочная деятельность является элективной дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана и изучается обучающимися третьего курса в шестом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

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

Темы дисциплины «Выставочная деятельность» связаны с соответствующими темами дисциплины «Технологии формирования рекламы и бренда», что способствует более плодотворной работе студентов над творческими проектами.

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

Результаты освоения дисциплины "Выставочная деятельность" являются базой для прохождения производственной практики.

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Институтом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением интерактивных лекций по 2 и 4 темам, проведением практических занятий по темам 1,2,3 и 4.

### 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 4 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы (108 часа).

№	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	6	3	108	54	20	34		54	Зачёт с оценкой
2	Очно-заочная	9	3	108	36	16	20		72	Зачёт с оценкой

3	Заочная	9	2	72	8	2	6		64	
		10	1	36					32	Зачет с оценкой (4 часа)

### Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего учебных занятий (час)	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час)			контроль	Самостоятельная работа (час)	Код результата обучения
			занятия лекционного типа	занятия семинарского (практического) типа	курсовое проектирование			
<b>6 семестр</b>								
ТЕМА 1. Введение в дисциплину. Сущность, цели и задачи выставочной деятельности	20	10	4	6			10	УК-9- 31 УК-9- 32 ПК-6 31 ПК-6 32
ТЕМА 2. Основы организации выставочной деятельности. Особенности проведения различных видов выставок	22	12	4	8			10	УК-9- 31 УК-9- У1 УК-9- В1 ПК-6 31 ПК-6 У1 ПК-6 В1
ТЕМА 3. Стендист выставочной экспозиции и экспозиционная команда	28	14	6	8			14	УК-9- 32 УК-9- У2 УК-9- В2 ПК-6 31 ПК-6 У1 ПК-6 В1
ТЕМА 4. Выставочная реклама	28	14	6	8			14	УК-9- 31 УК-9- 32 УК-9- У1 УК-9- У2 УК-9- В1 УК-9- В2 ПК-6 32 ПК-6 У1 ПК-6 В1
<b>Зачет с оценкой</b>	<b>10</b>						<b>4</b>	<b>6</b>
<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>50</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)	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час)			контроль	Самостоятельная работа (час)	Код результата обучения
			занятия лекционного типа	занятия семинарского (практического) типа	курсовое проектирование			

9 семестр								
ТЕМА 1. Введение в дисциплину. Сущность, цели и задачи выставочной деятельности	24	8	4	4			16	УК-9– 31 УК-9– 32 ПК-6 31 ПК-6 32
ТЕМА 2. Основы организации выставочной деятельности. Особенности проведения различных видов выставок	24	8	4	4			16	УК-9– 31 УК-9– У1 УК-9– В1 ПК-6 31 ПК-6 У1 ПК-6 В1
ТЕМА 3. Стендист выставочной экспозиции и экспозиционная команда	24	8	4	4			16	УК-9– 32 УК-9– У2 УК-9– В2 ПК-6 31 ПК-6 У1 ПК-6 В1
ТЕМА 4. Выставочная реклама	26	8	4	4			18	УК-9– 31 УК-9– 32 УК-9– У1 УК-9– У2 УК-9– В1 УК-9– В2 ПК-6 32 ПК-6 У1 ПК-6 В1
<b>Зачет с оценкой</b>	<b>10</b>						<b>4</b>	<b>6</b>
<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>32</b>	<b>16</b>	<b>16</b>			<b>4</b>	<b>72</b>

### Заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего учебных занятий (час)	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час)			контроль	Самостоятельная работа (час)	Код результата обучения
			занятия лекционного типа	занятия семинарского (практического) типа	курсовое проектирование			
9 семестр								
ТЕМА 1. Введение в дисциплину. Сущность, цели и задачи выставочной деятельности	18	2	2				16	УК-9– 31 УК-9– 32 ПК-6 31 ПК-6 32
ТЕМА 2. Основы организации выставочной деятельности. Особенности проведения различных видов выставок	18	2		2			16	УК-9– 31 УК-9– У1 УК-9– В1 ПК-6 31 ПК-6 У1 ПК-6 В1
ТЕМА 3. Стендист выставочной экспозиции и экспозиционная команда	18	2		2			16	УК-9– 32 УК-9– У2 УК-9– В2 ПК-6 31 ПК-6 У1 ПК-6 В1
ТЕМА 4. Выставочная реклама	18	2		2			16	УК-9– 31 УК-9– 32

								УК-9– У1 УК-9– У2 УК-9– В1 УК-9– В2 ПК-6 32 ПК-6 У1 ПК-6 В1
<b>Всего за семестр</b>	<b>72</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>6</b>			<b>64</b>	
<b>10 семестр</b>								
<b>Зачет с оценкой</b>	<b>36</b>						<b>4</b>	<b>32</b>
<b>Всего за семестр</b>	<b>36</b>						<b>4</b>	<b>32</b>
<b>Итого за дисциплину</b>	<b>108</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>6</b>			<b>4</b>	<b>96</b>

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

**Тема 1. Введение в дисциплину. Сущность, цели и задачи выставочной деятельности.**

Составные части профессионального мастерства экскурсовода. Методические приемы для создания внимания на экскурсии. Влияние выставочной деятельности на экономику региона. Коммуникативный компонент в процессе выставки и экскурсии.

**Тема 2. Основы организации выставочной деятельности. Особенности проведения различных видов выставок.**

Этапы подготовки и работа на выставке. Этапы участия в выставке. Роль персонала в ходе подготовки к проведению выставки. Использование информационных технологий для проведения экскурсионно-выставочной работы.

**Тема 3. Стендист выставочной экспозиции и экспозиционная команда.**

Особенности проведения экскурсий для различных групп туристов. Организация методической работы. Методическая работа экскурсовода. Пути повышения экскурсоводческого мастерства. Техника использования наглядных пособий.

**Тема 4. Выставочная реклама.**

Реклама на выставке – особенности, виды.

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

**Тема. Составные части профессионального мастерства экскурсовода.**

1. Экскурсовод-профессия
2. Этапы становления профессии экскурсовода
3. Требования профессии.
4. Личность экскурсовода
5. Роль темперамента экскурсовода в проведении экскурсии.
6. Свойства личности.
7. Экскурсоводческое мастерство
8. Пути повышения экскурсоводческого мастерства

**Тема. Этапы подготовки и работа на выставке.**

1. Первый этап - подготовка к выставке
2. Составление перечня выставленной продукции
3. Составление плана выставочного стенда
4. Заключение договора с оргкомитетом, передача ему плана выставочного стенда и заказа на оборудование и услуги
5. Изготовление рекламных материалов
6. Подготовка информационных материалов
7. Подготовка стендистов и персонала
8. Составление сметы затрат

9. Второй этап - проведение выставки
10. Составление расписания работы персонала
11. Инструктаж персонала
12. Закрепление экспонатов за сотрудниками
13. Завоз и вывоз оборудования
14. Организация переговоров или заключения договоров, продажи продукции
15. Организация учета посетителей, интересующихся продукцией
16. Третий этап - обработка результатов выставки

**Тема. Использование информационных технологий для проведения экскурсионно-выставочной работы.**

1. Музейно-экскурсионная деятельность
2. Информационно-компьютерные технологии
3. Презентации

**Тема. Методические приемы для создания внимания на экскурсии.**

1. Прием вопросов-ответов
2. Новизна материала
3. Отступления
4. Юмор в рассказе
5. Прием заданий и дискуссионной ситуации

**Тема. Техника использования наглядных пособий.**

1. Виды наглядных пособий.
2. Принципы использования наглядных пособий
3. Современные проблемы в культуре изготовления наглядных пособий.
4. Требования к созданию наглядных пособий

**Тема. Реклама на выставке**

1. Виды рекламы
2. Размер общей экспозиционной площади
3. Степень известности именно этой выставки
4. Тематика выставки и ситуация в отрасли в целом
5. Вовремя проведения выставки и календарный план производства и сбыта
6. Место проведения выставки
7. Цена аренды экспозиционной площади
8. Условия участия в общем каталоге
9. Оригинальность проведения презентации и оформления стенда

**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 практических заданий. 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 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 углубления и закрепления приобретенных знаний

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
УК-9 способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9– 31	<p style="text-align: center;"><b>Перечень вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Какие существуют меры по снижению асимметрии информации на предприятиях индустрии моды и красоты при организации выставочной деятельности?</li> <li>2. Какие вы можете назвать методы «рационального выбора» на предприятиях индустрии моды и красоты?</li> <li>3. Почему критерий экономической культуры личности важен для руководителя предприятия индустрии моды и красоты при организации выставочной деятельности?</li> <li>4. Как экономическая нестабильность влияет на деятельность предприятия индустрии моды и красоты?</li> </ol>
	УК-9– 32	<p style="text-align: center;"><b>Перечень вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Какие вы знаете виды и принципы экономических отношении при организации выставочной деятельности?</li> <li>2. Какие вы знаете методы определения целевой функции предприятий индустрии моды и красоты?</li> <li>3. Какие существуют функции экономической культуры на</li> </ol>



		предприятиях индустрии моды и красоты при организации выставочной деятельности? 4. Как вы можете объяснить понятие «экономическая система» предприятия?
<b>ПК-6</b> способен к организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий	ПК-6 – 31	<b>Перечень вопросов</b> 1. Какова история выставочной деятельности в России? 2. Что представляет собой современная концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации? 3. Какие существуют основные определения выставочной деятельности? 4. Какая существует классификация выставок и ярмарок по различным основаниям?
	ПК-6 – 32	<b>Перечень вопросов</b> 1. Какие выявлены основные функции, выполняемые при продвижении продукции? 2. Какие вы знаете виды деятельности, обеспечивающие продвижение продукта на рынке индустрии моды и красоты? 3. Какие аспекты рекламной кампании считаете основными, что ее отличает от непосредственного личного контакта при продажах? 4. Для каких предприятий индустрии моды и красоты предпочтительна стратегия продвижения?

## 6.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<b>УК-9</b> способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9– У1	<b>Перечень вопросов</b> 1. Какие вы можете назвать идеи и концепции продвижения продукта? 2. Как рассчитать размер рекламного бюджета? 3. Что такое конкурентное преимущество товара? 4. Из чего складывается структура рынка и динамика его развития?
	УК-9– У2	<b>Перечень вопросов</b> 1. Что такое «наличие свободных ниш» ? 2. Какие продукты с высоким спросом и маржинальностью принесут первые продажи на предприятиях индустрии моды и красоты? 3. Какие существуют маркетинговые стратегии и каналы продвижения конкурентов при организации выставочной деятельности? 4. Как организуются отношения компании с клиентами и партнерами на предприятиях индустрии моды и красоты?
<b>ПК-6</b> способен к организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий	ПК-6 – У1	<b>Перечень вопросов</b> 1. Как вы можете охарактеризовать мировые тенденции развития выставочно-ярмарочной деятельности? 2. Какие существуют правила отбора персонала на выставку? 3. В чем заключается организация выставочно-ярмарочной деятельности? 4. Какие существуют правила отбора персонала на предприятие индустрии моды и красоты?
	ПК-6 – У2	<b>Перечень вопросов</b> 1. В чем заключается SWOT анализ - исследование сильных и слабых сторон компании? 2. Из чего складываются портреты основных целевых групп потенциальных клиентов на предприятиях индустрии моды и красоты? 3. Какие существуют каналы распространения маркетингового обращения к потребителю при организации выставочной деятельности? 4. Какие существуют каналы распространения маркетингового обращения к потребителю при организации деятельности предприятий индустрии моды и красоты?

### 6.3. Задания, направленные на формирование профессиональных навыков

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
УК-9 способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9– В1	<b>Практические задания</b> 1. Выполнить анализ механизма неблагоприятного отбора при выборе формы привлечения клиентов на выставочном мероприятии. 2. Выполнить анализ проблемы асимметрии информации и неблагоприятного отбора на предприятии индустрии моды и красоты. 3. Выполнить анализ проблемы асимметрии информации и неблагоприятного отбора на выставочном мероприятии. 4. Составить список рисков при выборе контрагента для предприятия индустрии моды и красоты.
	УК-9– В2	<b>Практические задания</b> 1. Составьте требования к организации выставки предприятием индустрии моды и красоты. 2. Представьте стратегию руководителя предприятия индустрии моды и красоты на выставочном мероприятии. 3. Составите план финансовых затрат предприятия индустрии моды и красоты на выставочное мероприятие. 4. Составить план участия в выставках предприятия индустрии моды и красоты.
ПК-6 способен к организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий	ПК-6 – В1	<b>Практические задания</b> 1. Опишите требования к рекламе предприятия индустрии моды и красоты в интернете. 2. Представьте стратегию руководителя предприятия индустрии моды и красоты в социальных сетях. 3. Составить план рекламного сообщения предприятия индустрии моды и красоты в рамках выставки. 4. Составить план посещения выставок представителями предприятия индустрии моды и красоты.
	ПК-6 – В2	<b>Практические задания</b> 1. Составьте план организации пресс-конференций, вебинаров, семинаров, выставок представителями предприятия индустрии моды и красоты. 2. Представьте список инструментов для идентификации брендов (например, логотипов, визиток, бумаги и др.). 3. Разработайте имидж предприятия индустрии моды и красоты через создание фирменного стиля, формы одежды для сотрудников и т.д. 4. Представьте алгоритм создания логотипа, рекламного слогана, рекламного ролика для стимулирования потребительского интереса в рамках выставки

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

#### Паспорт фонда оценочных средств

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		ФОС для текущего контроля	ФОС для промежуточной аттестации
УК-9 способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях	Знать	понятие экономического решения на предприятиях индустрии моды и красоты; УК-9– 31	Устный опрос	Вопросы к зачету с оценкой
		обоснования для экономического решения на		

жизнедеятельности		предприятиях индустрии моды и красоты; УК-9– 32		
	<b>Уметь</b>	применять методы отбора для экономического решения на предприятиях индустрии моды и красоты; УК-9– У1	Реферат	Вопросы к зачету с оценкой
		принимать обоснованные экономические решения с учетом направленности предприятия индустрии моды и красоты; УК-9– У2		
<b>Владеть</b>	методами отбора для экономического решения на предприятиях индустрии моды и красоты по результатам деятельности предприятия; УК-9– В1	Практические задания	Практические задания к зачету с оценкой	
	методами сбора информации о результатах экономической деятельности предприятия индустрии моды и красоты; УК-9– В2			
ПК-6 способен к организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий	<b>Знать</b>	организацию выставок, ярмарок, выставок - продаж; ПК-6 – 31	Устный опрос	Вопросы к зачету с оценкой
		продвижение продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы; ПК-6 – 32		
	<b>Уметь</b>	использовать организацию выставок, ярмарок, выставок -продаж в части своих полномочий ; ПК-6 – У1	Реферат	Вопросы к зачету с оценкой
		проводить продвижение продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы; ПК-6 – У2		
<b>Владеть</b>	навыками организации выставок, ярмарок, выставок -продаж; ПК-6 – В1	Практические задания	Практические задания к зачету с оценкой	
	методами продвижения продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы;			

**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
УК-9 способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Знать	понятие экономического решения на предприятиях индустрии моды и красоты; УК-9– 31	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
		обоснования для экономического решения на предприятиях индустрии моды и красоты; УК-9– 32				
	Уметь	применять методы отбора для экономического решения на предприятиях индустрии моды и красоты; УК-9– У1	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет
		принимать обоснованные экономические решения с учетом направленности предприятия индустрии моды и красоты; УК-9– У2				
	Владеть	методами отбора для экономического решения на предприятиях индустрии моды и красоты по результатам деятельности предприятия; УК-9– В1	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет
		методами сбора информации о результатах экономической деятельности предприятия индустрии моды и красоты; УК-9– В2				
ПК-6 способен к организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий	Знать	организацию выставок, ярмарок, выставок - продаж; ПК-6 – 31	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
		продвижение продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы; ПК-6 – 32				
	Уметь	использовать организацию выставок, ярмарок, выставок - продаж в части своих	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет

		полномочий ; ПК-6 – У1				
		проводить продвижение продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы; ПК-6 – У2				
<b>Владеть</b>		навыками организации выставок, ярмарок, выставок -продаж; ПК-6 – В1	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет
		Методами продвижения продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы; ПК-6 – В2				

## 7.1.ФОС для проведения текущего контроля.

### 7.1.1. Задания для оценки знаний

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
УК-9 способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9– 31	<p align="center"><b>Вопросы для устного опроса</b></p> <p>1. Какие существуют меры по снижению асимметрии информации при организации выставочной деятельности?</p> <p>2. Какие вы можете назвать методы «рационального выбора» на предприятиях индустрии моды и красоты?</p> <p>3. Почему критерий экономической культуры личности важен для организатора выставочной деятельности?</p> <p>4. Как экономическая нестабильность влияет на результат выставочной деятельности?</p> <p>5. В чем заключаются экономические особенности организации выставок различного уровня?</p> <p>6. В чем заключаются экономические особенности участия предприятий индустрии моды и красоты в выставках различного уровня?</p>
	УК-9– 32	<p align="center"><b>Вопросы для устного опроса</b></p> <p>1. Какие вы знаете виды, методы и принципы экономических отношений при организации выставочной деятельности предприятиями индустрии моды и красоты?</p> <p>2. Какие вы знаете критерии определения функций предприятия индустрии моды и красоты на выставках?</p> <p>3. Какие внедряют функции экономической культуры в процесс организации выставочной деятельности?</p> <p>4. Как вы можете объяснить понятие «экономическая система» предприятия индустрии моды и красоты?</p> <p>5. В чем заключается роль Торгово-промышленной палаты Российской Федерации в координации выставочной деятельности?</p> <p>6. Какие вы можете перечислить критерии успеха выставки?</p>
ПК-6 способен к организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием	ПК-6 – 31	<p align="center"><b>Вопросы для устного опроса</b></p> <p>1. Какие вы знаете основные этапы развития выставочной деятельности в России?</p> <p>2. В чем заключается современная концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации?</p> <p>3. Что такое общая характеристика выставочной деятельности?</p> <p>4. Как вы понимаете определение «выставочная деятельность»?</p> <p>5. какие вы можете назвать формы и содержание выставочно-ярмарочных мероприятий?</p> <p>6. Что входит в классификацию выставок и ярмарок по различным</p>

интернет-рекламы, в части своих полномочий		основаниям?
	ПК-6 – 32	<p align="center"><b>Вопросы для устного опроса</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Как создается образ престижности товара?</li> <li>2. Что такое информация о товаре и его параметрах?</li> <li>3. Как сохранить популярность товаров (услуг)?</li> <li>4. Каким образом можно изменить образ использования товара?</li> <li>5. Как создать энтузиазм среди участников сбыта?</li> <li>6. Из каких показателей создается благоприятная информация о компании?</li> </ol>

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
<b>Отлично</b>	Обучающийся полно и аргументировано отвечает на вопросы, обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, привести необходимые примеры, излагает материал последовательно и правильно
<b>Хорошо</b>	Обучающийся дает правильные ответы на вопросы, но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения
<b>Удовлетворительно</b>	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений заданных вопросов, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил, не умеет достаточно обосновать свои суждения и привести примеры, излагает материал непоследовательно и допускает ошибки
<b>Неудовлетворительно</b>	Обучающийся обнаруживает незнание ответа на вопросы, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал

### 7.1.2. Задания для оценки умений

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
УК-9 способен принимать обоснованные экономические решения различных областях жизнедеятельности	УК-9– У1	<p align="center"><b>Темы рефератов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Идеи и концепции продвижения продукта.</li> <li>2. Рекламный бюджет предприятия индустрии моды и красоты на выставке.</li> <li>3. Конкурентное преимущество товара.</li> <li>4. Структура рынка и динамика его развития.</li> <li>5. Роль информационных технологии в проведении экскурсионно-выставочной работы.</li> <li>6. Методы активизации экскурсантов на выставке.</li> </ol>
	УК-9– У2	<p align="center"><b>Темы рефератов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методы выявления свободных ниш на рынке сферы услуг.</li> <li>2. Критерии определения услуг с высоким спросом и маржинальностью.</li> <li>3. Маркетинговые стратегии и каналы продвижения предприятия при организации выставочной деятельности.</li> <li>4. Взаимоотношения компании с клиентами и партнерами на рынке сферы услуг</li> <li>5. Позиционирование продукции в сфере услуг</li> <li>6. Средства рекламного воздействия на потребителя в рамках выставочного мероприятия</li> </ol>
ПК-6 способен к организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по	ПК-6 – У1	<p align="center"><b>Темы рефератов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Составные части профессионального мастерства экскурсовода.</li> <li>2. Методические приемы для создания внимания на экскурсии.</li> <li>3. Влияние выставочной деятельности на экономику региона.</li> <li>4. Коммуникативный компонент в процессе выставки и экскурсии.</li> <li>5. Проблемы сочетания показа и рассказа во время экскурсии.</li> <li>6. Роль персонала в ходе подготовки к проведению выставки.</li> </ol>
	ПК-6 – У2	<b>Темы рефератов</b>

продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие, функции и виды продвижения товаров на выставках</li> <li>2. Средства продвижения товаров в сфере сервиса</li> <li>3. Товарная политика предприятий индустрии моды и красоты</li> <li>4. Жизненный цикл товара/услуги предприятия индустрии моды и красоты</li> <li>5. Каналы товародвижения в сфере сервиса</li> <li>6. Принципы построения ценовой политики на предприятии индустрии моды и красоты</li> </ol>
--	--

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

Оценка	Характеристики ответа обучающегося
<b>Отлично</b>	обучающийся глубоко и всесторонне усвоил проблему; - уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; - опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью; - умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; - делает выводы и обобщения.
<b>Хорошо</b>	обучающийся твердо усвоил тему, грамотно и по существу излагает ее, опираясь на знания основной литературы; - не допускает существенных неточностей; - увязывает усвоенные знания с практической деятельностью; - аргументирует научные положения; - делает выводы и обобщения.
<b>Удовлетворительно</b>	тема раскрыта недостаточно четко и полно, то есть Обучающийся освоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной литературы; - допускает несущественные ошибки и неточности; - испытывает затруднения в практическом применении знаний; - слабо аргументирует научные положения; - затрудняется в формулировании выводов и обобщений.
<b>Неудовлетворительно</b>	обучающийся не усвоил значительной части проблемы; - допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее; - испытывает трудности в практическом применении знаний; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует выводов и обобщений.

### 7.1.3. Задания для оценки владений, навыков

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
УК-9 способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9– В1	<p align="center"><b>Практические задания</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Выполнить анализ механизма неблагоприятного отбора при выборе формы привлечения клиентов на выставочном мероприятии.</li> <li>2. Выполнить анализ проблемы асимметрии информации и неблагоприятного отбора на предприятии индустрии моды и красоты.</li> <li>3. Выполнить анализ проблемы асимметрии информации и неблагоприятного отбора на выставочном мероприятии.</li> <li>4. Составьте список рисков при выборе контрагента для предприятия индустрии моды и красоты.</li> <li>5. Выполнить анализ механизма неблагоприятного отбора при выборе формы привлечения клиентов на предприятии индустрии моды и красоты.</li> <li>6. Составьте список рисков при выборе контрагента на выставочном мероприятии.</li> </ol>
	УК-9– В2	<p align="center"><b>Практические задания</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Составьте требования к организации выставки предприятием индустрии моды и красоты.</li> <li>2. Представьте стратегию руководителя предприятия индустрии моды и красоты на выставочном мероприятии.</li> </ol>

		<p>3. Составьте план финансовых затрат предприятия индустрии моды и красоты на выставочное мероприятие.</p> <p>4. Составить план участия в выставках предприятия индустрии моды и красоты.</p> <p>5. Составьте требования к организации выставки-продажи для участия в нем предприятий индустрии моды и красоты.</p> <p>6. Представьте стратегию руководителя предприятия на выставочном мероприятии при выборе контрагентов.</p>
<p><b>ПК-6</b> способен к организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий</p>	ПК-6 – В1	<p align="center"><b>Практические задания</b></p> <p>1. Представьте классификации выставок по различным характеристикам.</p> <p>2. Сформулируйте принципы классификации выставок и ярмарок.</p> <p>3. Обозначьте проблемы выбора периодичности проведения выставок.</p> <p>4. Составьте план ежегодных выставок.</p> <p>5. Составьте план сезонной выставки.</p> <p>6. Разработайте алгоритм подготовки к выставке</p>
	ПК-6 – В2	<p align="center"><b>Практические задания</b></p> <p>1. Изложить способы продвижения продукции на предприятии индустрии моды и красоты</p> <p>2. Изложить способы продвижения продукции в рамках выставки</p> <p>3. Дайте характеристику рекламного обеспечения выставки.</p> <p>4. Представить план организации рекламы выставки.</p> <p>5. Составить план продвижения товара.</p> <p>6. Представить план организации рекламы презентации товара/услуги.</p>

### 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 зачету с оценкой

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<p><b>УК-9</b> способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p>	УК-9– 31	<p align="center"><b>Перечень вопросов</b></p> <p>1. Какие существуют меры по снижению асимметрии информации при организации выставочной деятельности?</p> <p>2. Какие вы можете назвать методы «рационального выбора» на предприятиях индустрии моды и красоты?</p> <p>3. Почему критерий экономической культуры личности важен для организатора выставочной деятельности?</p> <p>4. Как экономическая нестабильность влияет на результат выставочной деятельности?</p> <p>5. В чем заключаются экономические особенности организации выставок различного уровня?</p> <p>6. В чем заключаются экономические особенности участия предприятий индустрии моды и красоты в выставках различного уровня?</p>



	УК-9– 32	<p align="center"><b>Перечень вопросов</b></p> <p>1. Какие вы знаете виды, методы и принципы экономических отношений при организации выставочной деятельности предприятиями индустрии моды и красоты?</p> <p>2. Какие вы знаете критерии определения функций предприятия индустрии моды и красоты на выставках?</p> <p>3. Какие внедряют функции экономической культуры в процесс организации выставочной деятельности?</p> <p>4. Как вы можете объяснить понятие «экономическая система» предприятия индустрии моды и красоты?</p> <p>5. В чем заключается роль Торгово-промышленной палаты Российской Федерации в координации выставочной деятельности?</p> <p>6. Какие вы можете перечислить критерии успеха выставки?</p>
ПК-6 способен к организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий	ПК-6 – 31	<p align="center"><b>Перечень вопросов</b></p> <p>1. Какие вы знаете основные этапы развития выставочной деятельности в России?</p> <p>2. В чем заключается современная концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации?</p> <p>3. Что такое общая характеристика выставочной деятельности?</p> <p>4. Как вы понимаете определение «выставочная деятельность»?</p> <p>5. какие вы можете назвать формы и содержание выставочно-ярмарочных мероприятий?</p> <p>6. Что входит в классификацию выставок и ярмарок по различным основаниям?</p>
	ПК-6 – 32	<p align="center"><b>Перечень вопросов</b></p> <p>1. Как создается образ престижности товара?</p> <p>2. Что такое информация о товаре и его параметрах?</p> <p>3. Как сохранить популярность товаров (услуг)?</p> <p>4. Каким образом можно изменить образ использования товара?</p> <p>5. Как создать энтузиазм среди участников сбыта?</p> <p>6. Из каких показателей создается благоприятная информация о компании?</p>

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

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
УК-9 способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9– У1	<p align="center"><b>Перечень вопросов</b></p> <p>1. Какие вы можете назвать идеи и концепции продвижения продукта?</p> <p>2. Как рассчитать размер рекламного бюджета?</p> <p>3. Что такое конкурентное преимущество товара?</p> <p>4. Из чего складывается структура рынка и динамика его развития?</p> <p>5. Какова роль информационных технологии в проведении экскурсионно-выставочной работы?</p> <p>6. какие существуют методы активизации экскурсантов на выставке?</p>
	УК-9– У2	<p align="center"><b>Перечень вопросов</b></p> <p>1. Что такое наличие свободных ниш ?</p> <p>2. Какие продукты с высоким спросом и маржинальностью принесут первые продажи на предприятиях индустрии моды и красоты?</p> <p>3. Какие существуют маркетинговые стратегии и каналы продвижения конкурентов при организации выставочной деятельности?</p> <p>4. Как организуют отношения компании с клиентами и партнерами на предприятиях индустрии моды и красоты?</p> <p>5. какие существуют методы выявления свободных ниш на рынке сферы услуг?</p> <p>6. Какие существуют средства рекламного воздействия на потребителя в рамках выставочного мероприятия?</p>
ПК-6 способен к организации	ПК-6 – У1	<p align="center"><b>Перечень вопросов</b></p> <p>1. Как вы можете охарактеризовать мировые тенденции развития выставочно-ярмарочной деятельности?</p>

выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части полномочий		<p>2. Какие существуют правила отбора персонала на выставку?</p> <p>3. В чем заключается организация выставочно-ярмарочной деятельности?</p> <p>4. Какие существуют правила отбора персонала на предприятие индустрии моды и красоты?</p> <p>5. Какие существуют методические приемы для создания внимания на экскурсии?</p> <p>6. В чем заключается роль персонала в ходе подготовки к проведению выставки?</p>
	ПК-6 – У2	<p align="center"><b>Перечень вопросов</b></p> <p>1. В чем заключается SWOT анализ - исследование сильных и слабых сторон компании?</p> <p>2. Из чего складываются портреты основных целевых групп потенциальных клиентов на предприятиях индустрии моды и красоты?</p> <p>3. Какие существуют каналы распространения маркетингового обращения к потребителю при организации выставочной деятельности?</p> <p>4. Какие существуют каналы распространения маркетингового обращения к потребителю при организации деятельности предприятий индустрии моды и красоты?</p> <p>5. Какие вы можете назвать каналы товародвижения в сфере сервиса?</p> <p>6. Принципы построения ценовой политики на предприятии индустрии моды и красоты</p>

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

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
УК-9 способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9– В1	<p align="center"><b>Практические задания</b></p> <p>1. Выполните анализ механизма неблагоприятного отбора при выборе формы привлечения клиентов на выставочном мероприятии.</p> <p>2. Выполните анализ проблемы асимметрии информации и неблагоприятного отбора на предприятии индустрии моды и красоты.</p> <p>3. Выполните анализ проблемы асимметрии информации и неблагоприятного отбора на выставочном мероприятии.</p> <p>4. Составьте список рисков при выборе контрагента для предприятия индустрии моды и красоты.</p> <p>5. Выполните анализ механизма неблагоприятного отбора при выборе формы привлечения клиентов на предприятии индустрии моды и красоты.</p> <p>6. Составьте список рисков при выборе контрагента на выставочном мероприятии.</p>
	УК-9– В2	<p align="center"><b>Практические задания</b></p> <p>1. Составьте требования к организации выставки предприятием индустрии моды и красоты.</p> <p>2. Представьте стратегию руководителя предприятия индустрии моды и красоты на выставочном мероприятии.</p> <p>3. Составьте план финансовых затрат предприятия индустрии моды и красоты на выставочное мероприятие.</p> <p>4. Составьте план участия в выставках предприятия индустрии моды и красоты.</p> <p>5. Составьте требования к организации выставки-продажи для участия в нем предприятий индустрии моды и красоты.</p> <p>6. Представьте стратегию руководителя предприятия на выставочном мероприятии при выборе контрагентов.</p>
ПК-6 способен к организации выставок, ярмарок,	ПК-6 – В1	<p align="center"><b>Практические задания</b></p> <p>1. Представьте классификации выставок по различным характеристикам.</p> <p>2. Сформулируйте принципы классификации выставок и ярмарок.</p> <p>3. Обозначьте проблемы выбора периодичности проведения выставок.</p> <p>4. Составьте план ежегодных выставок.</p>

выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции, в том числе с использованием интернет-рекламы, в части своих полномочий		5. Составьте план сезонной выставки. 6. Разработайте алгоритм подготовки к выставке
	ПК-6 – В2	<p align="center"><b>Практические задания</b></p> 1. Изложите способы продвижения продукции на предприятии индустрии моды и красоты 2. Изложите способы продвижения продукции в рамках выставки 3. Дайте характеристику рекламного обеспечения выставки. 4. Представьте план организации рекламы выставки. 5. Составьте план продвижения товара. 6. Представьте план организации рекламы презентации товара/услуги.

### Уровни и критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины

	<b>Критерии оценивания</b>	<b>Итоговая оценка</b>
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).

### 8.1. Основная учебная литература:

1. Хайретдинова, Н.Э. Организация экскурсионных услуг в индустрии гостеприимства: учебное пособие / Н.Э. Хайретдинова ; Уфимский государственный университет экономики и сервиса. – Уфа : Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2017. – 176 с.

2. Долженко, Геннадий Петрович. Экскурсионное дело в высших учебных заведениях: история и методика обучения: учебное пособие [Текст]: учебное пособие для ВУЗов / Г. П. Долженко. - Ростов на Дону: Изд-во Юж. Фед. Ун-та, 2017. - 134 с.

3. Долженко, Геннадий Петрович. Экскурсионное дело [Текст]: учебное пособие для бакалавров и магистрантов / Г. П. Долженко. - 4-е изд., испр. и доп. - Ростов на Дону: Феникс, 2019. - 309 с.

### 8.2. Дополнительная учебная литература:

1. Емельянов, Борис Васильевич. Экскурсоведение [Текст]: учебник / Б. В. Емельянов. - М.: Советский спорт, 2009. - 214 с.

2. Закон МПА СНГ «О туристской деятельности» от 16.11.2006.

3. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 32-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изм. и доп.).
4. Федеральный закон от 09.01.1996 г. № 2-ФЗ «О защите прав потребителей».

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

<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.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/экзамену.

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 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 курс, 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. Объём 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 (заголовки), 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	1. Электронная библиотечная система (ЭБС) ООО «Современные



справочные системы	<p>цифровые технологии»</p> <p>2. <a href="https://elibrary.ru">https://elibrary.ru</a> - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа)</p> <p>3. <a href="https://www.rsl.ru">https://www.rsl.ru</a> - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа)</p> <p>4. <a href="https://link.springer.com">https://link.springer.com</a> - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа)</p> <p>5. <a href="https://zbmath.org">https://zbmath.org</a> - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа)</p>
--------------------	--

## **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***

№ 403а Кабинет рекламы и связей с общественностью

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа

- доска
- стол преподавателя
- кресло для преподавателя
- компьютер
- принтер
- телевизор
- комплекты учебной мебели
- учебно-наглядные пособия
- шкаф для хранения пособий

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).

№ 403а Кабинет рекламы и связей с общественностью

Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

- доска
- стол преподавателя
- кресло для преподавателя
- компьютер
- принтер
- телевизор
- комплекты учебной мебели
- учебно-наглядные пособия

<p>- шкаф для хранения пособий</p> <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</p> <p>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),  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).</p>
<p>№ 404</p> <p>Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- комплекты учебной мебели;</li> <li>- компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему.</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),  Справочно-правовая система «Гарант» (Договор №14-ПЛ/2020 от 31 октября 2019 года).</p>
<p>№ 401</p> <p>Актовый зал для проведения научно-студенческих конференций и мероприятий</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специализированные кресла для актовых залов</li> <li>- сцена</li> <li>- трибуна</li> <li>- экран</li> <li>- технические средства, служащие для представления информации большой аудитории</li> <li>- компьютер</li> <li>- демонстрационное оборудование и аудиосистема</li> <li>- микрофоны</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>№ 515</p> <p>Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- стеллажи</li> <li>- учебное оборудование</li> </ul>

**Разработчик: Фомина С.П. доцент кафедры сервиса**