

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Искаков Ирлан Жангазыевич Автономная некоммерческая организация высшего образования
Должность: Ректор «Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС»
Дата подписания: 24.10.2022 15:33:44
Уникальный программный ключ:
a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Проектирование и организация торгово-промышленных выставок

(наименование дисциплины)

Направление подготовки _____ **43.03.01 Сервис** _____

Квалификация выпускника _____ **Бакалавр** _____

Направленность (профиль) _____ **Социокультурный сервис** _____

2022 г.

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы, входные требования для освоения дисциплины (при необходимости)

Дисциплина «Проектирование и организация торгово-промышленных выставок» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата.

2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Раздел.1 Обзор рынка торгово-промышленных выставок (ТПВ)

- 1.1. Значение торгово-промышленных выставок для предприятия;
- 1.2. Этапы становления и развития ярмарок и выставок;
- 1.3. Выставочная деятельность в России;
- 1.4. Современная концепция ярмарок и выставок;
- 1.5. Крупнейшие выставочные территории России и мира.

Раздел 2. Классификация выставочных мероприятий

- 2.1. Понятие, цели и задачи ярмарок и выставок;
- 2.2. Категориальный аппарат выставочной деятельности;
- 2.3. Классификация ярмарок и выставок;

Раздел 3. Оформление выставочного пространства

3.1. Концепция торгово-промышленной выставки, основные цели и задачи, структура мероприятия

- 3.2. Выставочный дизайн и художественное оформление;
- 3.3. Технические и хозяйственные помещения.

3.4. Методика построения экспозиционного плана информационно-техническое оснащение; формирование индивидуальных застройочных модулей, их типы и зависимость от целей строителей и характера выставки.

3.5. Выставочное оборудование

3.6. Застройка выставочного павильона (организация процесса въезда экспонентов, ввоза оборудования, контроль за состоянием стендов и оборудования, состоянием противопожарной безопасности).

3.7. Организация оборудования сцены, звука, художественного оформления павильона.

3.8. Организация сервис-бюро.

Раздел 4. Технологии подготовки выставки

- 4.1. Организаторы выставочных мероприятий.
- 4.2. Основные цели, задачи и правила организации выставок.
- 4.3. Процесс организации выставочной деятельности.
- 4.4. Характеристика основных этапов подготовки выставки. Стратегическое

планирование.

Раздел 5. Организация деловой программы торгово-промышленной выставки

- 5.1. Виды мероприятий программы выставки.
- 5.2. Специфика организации деловой программы на выставке. Методика 4P и FollowUp
- 5.3. Планирование и дизайн программы.

5.4. Реклама и информирование потенциальных участников.

5.5. Выбор, оборудование и оформление помещений.

Раздел 6. Спонсорство на выставке

6.1. Виды спонсорства на выставке

6.2. Положение о спонсорстве

6.3. Разработка пакета предложений для потенциальных спонсоров

Раздел 7. Сервисное обслуживание на выставках

7.1. Понятие о сервисном обслуживании.

7.2. Виды предоставляемых сервисных услуг. Выбор и привлечение организаций, предприятий, фирм по предоставлению услуг.

7.3. Маркетинг сервисных услуг.

7.4. Виды дополнительных услуг. Формы предоставления услуг и виды оплаты. Услуги по транспортно-экспедиторской обработке выставочных грузов. Услуги по рекламе. Услуги для участников по предоставлению визовой поддержки, бронированию гостиницы, трансферу. Услуги по организации деловой и культурной программы.

7.5. Международные требования к номенклатуре и качеству услуг.

Раздел 8. Информационная поддержка торгово-промышленной выставки

8.1. Пресс-служба выставки как механизм обеспечения PR в СМИ

8.2. Рекламная кампания в СМИ.

8.3. Интернет-продвижение торгово-промышленной выставки

Раздел 9. Составление сметы расходов

9.1. Смета расходов – необходимая составляющая при планировании выставки.

9.2. Методика расчетов и ее основные статьи расходов

Раздел 10. Организация взаимодействия участников и организаторов выставочного мероприятия

10.1. Разработка заявки и договора для участников выставки

10.2. Методы формирования цен на предоставление услуг организаторов выставки

10.3. Организация процесса регистрации.

10.4. Предоставляемые дополнительные услуги и их оформление.

10.5. Завершение выставочного мероприятия и оформление соответствующей документации.

Раздел 11. Оценка эффективности торгово-промышленных выставок

11.1. Коммуникативная эффективность

11.2. Экономическая эффективность

11.3. Выставочный аудит.

11.4. Процедура сбора и анализа статистических данных выставки.

11.5. Выставка как инструмент исследования рынка и потребительских предпочтений.

4. Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины

Изучение дисциплины включает контактную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях в форме занятий различных типов в соответствии со спецификой дисциплины и самостоятельную работу обучающихся в объемах соответственно учебному плану. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Теоретические занятия

Раздел.1 Обзор рынка торгово-промышленных выставок (ТПВ)

- 1.1. Значение торгово-промышленных выставок для предприятия;
- 1.2. Этапы становления и развития ярмарок и выставок;
- 1.3. Выставочная деятельность в России;
- 1.4. Современная концепция ярмарок и выставок;
- 1.5. Крупнейшие выставочные территории России и мира.

Раздел 2. Классификация выставочных мероприятий

- 2.1. Понятие, цели и задачи ярмарок и выставок;
- 2.2. Категориальный аппарат выставочной деятельности;
- 2.3. Классификация ярмарок и выставок;

Раздел 3. Оформление выставочного пространства

3.1. Концепция торгово-промышленной выставки, основные цели и задачи, структура мероприятия

- 3.2. Выставочный дизайн и художественное оформление;
- 3.3. Технические и хозяйственные помещения.

3.4. Методика построения экспозиционного плана информационно-техническое оснащение; формирование индивидуальных застроечных модулей, их типы и зависимость от целей строителей и характера выставки.

3.5. Выставочное оборудование

3.6. Застройка выставочного павильона (организация процесса въезда экспонентов, ввоза оборудования, контроль за состоянием стендов и оборудования, состоянием противопожарной безопасности).

3.7. Организация оборудования сцены, звука, художественного оформления павильона.

3.8. Организация сервис-бюро.

Раздел 4. Технологии подготовки выставки

4.1. Организаторы выставочных мероприятий.

4.2. Основные цели, задачи и правила организации выставок.

4.3. Процесс организации выставочной деятельности.

4.4. Характеристика основных этапов подготовки выставки. Стратегическое планирование.

Раздел 5. Организация деловой программы торгово-промышленной выставки

5.1. Виды мероприятий программы выставки.

5.2. Специфика организации деловой программы на выставке. Методика 4P и FollowUp

5.3. Планирование и дизайн программы.

5.4. Реклама и информирование потенциальных участников.

5.5. Выбор, оборудование и оформление помещений.

Раздел 6. Спонсорство на выставке

6.1. Виды спонсорства на выставке

6.2. Положение о спонсорстве

6.3. Разработка пакета предложений для потенциальных спонсоров

Раздел 7. Сервисное обслуживание на выставках

7.1. Понятие о сервисном обслуживании.

7.2. Виды предоставляемых сервисных услуг. Выбор и привлечение организаций, предприятий, фирм по предоставлению услуг.

7.3. Маркетинг сервисных услуг.

7.4. Виды дополнительных услуг. Формы предоставления услуг и виды оплаты. Услуги по транспортно-экспедиторской обработке выставочных грузов. Услуги по рекламе. Услуги для участников по предоставлению визовой поддержки, бронированию гостиницы, трансферу. Услуги по организации деловой и культурной программы.

7.5. Международные требования к номенклатуре и качеству услуг.

Раздел 8. Информационная поддержка торгово-промышленной выставки

8.1. Пресс-служба выставки как механизм обеспечения PR в СМИ

8.2. Рекламная кампания в СМИ.

8.3. Интернет-продвижение торгово-промышленной выставки

Раздел 9. Составление сметы расходов

9.1. Смета расходов – необходимая составляющая при планировании выставки.

9.2. Методика расчетов и ее основные статьи расходов

Раздел 10. Организация взаимодействия участников и организаторов выставочного мероприятия

10.1. Разработка заявки и договора для участников выставки

10.2. Методы формирования цен на предоставление услуг организаторов выставки

10.3. Организация процесса регистрации.

10.4. Предоставляемые дополнительные услуги и их оформление.

10.5. Завершение выставочного мероприятия и оформление соответствующей документации.

Раздел 11. Оценка эффективности торгово-промышленных выставок

11.1. Коммуникативная эффективность

11.2. Экономическая эффективность

11.3. Выставочный аудит.

11.4. Процедура сбора и анализа статистических данных выставки.

11.5. Выставка как инструмент исследования рынка и потребительских предпочтений.

Семинарские занятия

Семинарское занятие 1. Обзор рынка торгово-промышленных выставок (ТПВ)

Выставочная индустрия развитых стран. Характеристика крупнейших зарубежных центров выставочной деятельности. Тенденции развития выставочно-ярмарочной деятельности в мире. Анализ структуры и динамики развития индустрии выставок, ярмарок и салонов. Характеристика международной нормативно-правовой базы выставочно-ярмарочной деятельности. Инновационные тенденции развития выставочной деятельности в России и мире.

Семинарское занятие 2. Классификация выставок и ярмарок

Классификация выставок по географическому составу экспонентов (всемирные, международные, выставки с международным участием, национальные, межрегиональные, местные). Классификация по тематическому или отраслевому признаку (универсальные и специализированные (многоотраслевые и отраслевые)). Классификация по степени значимости (федерального, межрегионального, регионального, местного значения). Классификация по времени функционирования (постоянно действующие, временные, краткосрочные). Классификация по организационному признаку (выставки-ярмарки, выставка-конференция, выставка-форум, выставка-салон). Классификация по территориальному признаку (проводимые внутри страны и на территории других стран).

Семинарское занятие . Оформление выставочного пространства

Основные понятия, принципы и методы построения экспозиции. Характеристика основных видов экспозиции. Типология и оборудование выставочных (экспозиционных) комплексов. Разработка тематико-экспозиционного плана. Художественное проектирование и его особенности. Выставочный дизайн и его особенности.

Семинарское занятие 4. Технологии подготовки выставки Технология работ по организации участия в выставке. Создание рабочих групп и дирекции выставки. Методы организации, формы участия и работы на стенде. Финансовый план выставки. Планирование и координация действий в период подготовки выставки. Значение выставочного стенда в организационном процессе. Подбор и обучение персонала. Учет запросов посетителей выставки. Определение целесообразности участия в выставочном мероприятии.

Семинарское занятие 5. Торговая выставка в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций

Понятие «торговая» и «торгово-промышленная выставка». Функции выставок. Цели и задачи организаторов. Материально-техническая база торговых выставок. Тематика торговых и торгово-промышленных выставок.

Практические занятия

Практическое занятие 1. Ведущие выставочные комплексы мира

Для данного практического занятия студенты готовят доклад и презентацию.

1. Выставочные комплексы Европы.
2. Выставочные центры Азии.
3. Выставочные центры Северной и Южной Америки.
4. Выставочные центры Африки.
5. Выставочные комплексы Австралии.
6. Выставки стран СНГ.

Практическое занятие 2. Оформление выставочного пространства

Задание 1. На основании предложенной тематики выставки, ее концепции, целей и задач, в группах разработать тематико-экспозиционный план.

Задание 2. В группах разработать выставочный дизайн и художественное оформление торгово-промышленной выставки.

Задание 3. Типы экспозиций: характеристика и особенности проектирования.

Проанализировать и привести примеры использования одного из типов экспозиций.

Созерцательные экспозиции.

Систематические экспозиции.

Ансамблевые экспозиции.

Прикладные экспозиции.

Интерактивные экспозиции.

Ландшафтные экспозиции.

Практическое занятие 3. Технология организация выставки.

Разработать маркетинговый план подготовки и организации торгово-промышленной выставки.

Практическое занятие 4. Деловая программа выставки.

Задание 1. Определить специфику деловых мероприятий: Конгрессные мероприятия. Протокольные мероприятия. Профессиональные «цеховые» мероприятия. Конкурсные мероприятия. Презентационные программы и специальные проекты. Образовательные мероприятия. Другие виды мероприятий деловой программы.

Задание 2. Проанализировать деловые мероприятия выставки (см. выше) используя 4РиФ.

Задание 3. Разработать деловую программу выставки.

Практическое занятие 5. Спонсорство на выставке

Разработать пакет предложений для потенциальных спонсоров разных категорий (генеральный спонсор, информационный спонсор, официальный спонсор, спонсор, спонсор по номинациям).

Практическое занятие 6. Организация взаимодействия участников и организаторов выставочного мероприятия

Задание 1. Поделиться на подгруппы. Первая подгрупп «Организаторы», вторая группа «Участники». Каждой подгруппе разработать свои предложения условия по участию в выставке.

Задание 2. Разработать заявку-анкету для участия в выставке.

Задание 3. Разработать уникальное торговое предложение для продажи выставочных площадей.

Практическое занятие 7. Сервисное обслуживание на выставке.

Задание 1. Разработать пакет сервисных услуг на выставке: основные услуги и дополнительные. (Основываясь на принятых стандартах). Составить прайс-лист.

Задание 2. Выездное практическое занятие. Студенты посещают одну из предложенных выставок, предварительно изучив сайт выставки и предоставляемые услуги. Провести опрос среди экспонентов выставки, какими услугами она воспользовались, качество предоставляемых услуг, стоимость услуг. Для опроса разработать опросный лист.

Практическое занятие 8. Информационная поддержка торгово-промышленной выставки.

Задание 1. На примере одной из выставок проанализировать PR и рекламное сопровождение. Оформить в виде презентации.

Задание 2. Провести сравнительный анализ какие ресурсы задействованы больше PR, реклама, интернет-продвижение. Обосновать. Оформить в виде презентации.

Практическое занятие 9. Бюджет, смета расходов. Оценка эффективности.

Задание 1. Рассчитать смету расходов по предложенным статьям.

Задание 2. Составить бюджет выставки

Задание 3. Провести оценку эффективности.

5. Методические рекомендации для обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа студентов включает усвоение теоретического материала, подготовку к практическим и семинарским занятиям, выполнение самостоятельных заданий, изучение литературных источников, использование Internet-данных, изучение нормативно-правовой базы, подготовку к текущему контролю знаний, к промежуточной аттестации.

Вопросы для самоконтроля

1. Дайте краткую характеристику основных показателей мировой индустрии выставок, ярмарок и салонов.

2. Выделить основные тенденции, определяющие рост значения выставочных услуг в современной экономике.

3. Выделить основные этапы развития выставочного бизнеса.

4. Может ли индустрия выставок, ярмарок и салонов являться ключевой в экономике отдельных городов, регионов, стран и каковы для этого предпосылки?

5. Тематика торговых и торгово-промышленных выставок.
6. Методы формирования цены на услуги организаторов выставок.
7. Ценовая политика как элемент комплекса маркетинга.
8. Факторы, оказывающие влияние на ценовую политику при организации выставочного обслуживания.
9. Управление персоналом в ходе подготовки и на мероприятии: возможности применения зарубежного опыта в российских агентствах.
10. Внедрение компьютерных технологий в выставочный бизнес.
11. Аутсорсинг как принцип организации современного конгрессно-выставочного центра.
12. Экономическая оценка эффективности развлекательных программ в структуре выставочного мероприятия.
13. Каким образом структура рынка выставочных услуг влияет на выбор метода ценообразования?
14. На формирование цен каких видов выставочных услуг может в значительной мере повлиять эффект затрудненности сравнения качества взаимозаменяемых услуг, оказываемых разными агентствами? Эффект дороговизны услуг? Эффект уникальности?
15. Выставочный дизайн и художественное оформление.
16. Перечислите типы экспозиций.
17. Что представляют собой идеологические принципы выставочного пространства
18. Перечислите и охарактеризуйте основные виды планировки экспозиции.
19. Перечислите и дайте характеристику основным зонам выставочного пространства.
20. Каковы основные композиционные решения экспозиции
21. Какие основные элементы используются при организации выставочного пространства на открытых площадях
22. Определите понятие «выставочный бюджет» и перечислите его основные критерии.
23. Раскройте статьи расходов выставочного бюджета и выявите их особенности.
24. Предложите свой бюджет для участия в выставке, обоснуйте
25. Выделите основные характеристики целевой аудитории.
26. По каким признакам можно классифицировать рекламные средства
27. Приведите классификацию видов и средств рекламы.
28. Как определить экономическую эффективность выставки
29. Какие способы оценки эффективности вы знаете
30. В чем заключаются проблемы оценки эффективности выставочной деятельности

6. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1 Планируемые результаты обучения, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-1. Способен управлять процессом подготовки к участию в торгово-промышленной выставке организации – экспонента.

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ИД-3 (ПК-1). Планирует рекламно-информационную деятельность организации и подразделений по участию в выставочном проекте	<i>знает</i>
	РО-1 ИД-1 (ПК-1) технологии взаимодействия со СМИ при подготовке и реализации выставочного проекта;
	<i>умеет</i> РО-2 ИД-1 (ПК-1) разрабатывать план рекламной деятельности для участия в выставочном проекте;
ИД-6 (ПК-1). Разрабатывает стратегические планы по реализации торгово-промышленных выставок	<i>умеет</i>
	РО-3 ИД-6 (ПК-1) составлять технологическую документацию по участию организации в торгово-промышленных выставках;
	РО-4 ИД-6 (ПК-1) разрабатывать график мероприятий для участия в торгово-промышленных выставках;
	<i>владеет</i> РО-5 ИД-6 (ПК-1) навыками разработки документов для участия в торгово-промышленных выставках; РО-6 ИД-6 (ПК-1) коммуникационными технологиями при работе в контактной зоне с посетителями выставок.

6.2 Перечень оценочных материалов

Оценочные материалы представляют собой задания для выполнения студентом, позволяющие ему приобрести теоретические знания, практически умения (навыки) и опыт, а также решать задачи, связанные с будущей профессиональной деятельностью. Включают в себя задания для текущего контроля уровня успеваемости, оценивающие ход освоения учащимися дисциплины, и задания для промежуточной аттестации обучающихся, обеспечивающие оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине.

Примерные задания для проведения текущего контроля успеваемости

Перечень тем докладов

1. Выставка как интегрирующий элемент рекламно-информационной деятельности
2. Выставка как инструмент маркетинга
3. Современные тенденции на мировом рынке выставочных услуг
4. Сущность и содержание выставочной деятельности
5. Выставка как инструмент исследования рынка: сбор и анализ статистических данных выставки
6. Организация и построение современной выставочной экспозиции
7. Особенности бюджетирования выставочного проекта
8. Технологии рекламы и продвижение выставочного проекта
9. Роль рекламной кампании в выставочной деятельности
10. Основные направления коммуникационной политике компаний в подготовке участия в выставке
11. Интернет в продвижении и реализации выставочного проекта
12. Прямой маркетинг в организации выставочной деятельности
13. Роль СМИ в организации PR- деятельности
14. Формирование коммерческого имиджа и образа фирмы
15. Работа с профессиональными и общественными отраслевыми объединениями
16. Государственная поддержка выставки
17. Специальные мероприятия в выставочном проекте
18. Оценка эффективности выставочной деятельности организации
19. Факторы партнерского участия СМИ в выставке и формы партнерства со СМИ
20. Спонсорство на выставке
21. Управление выставочным продуктом.
22. Программа коммуникаций и место выставки в жизненном цикле продукта.

Примерные задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Список экзаменационных вопросов

РО-1 ИД-1 (ПК-1) знает технологии взаимодействия со СМИ при подготовке и реализации выставочного проекта;

РО-2 ИД-1 (ПК-1) умеет разрабатывать план рекламной деятельности для участия в выставочном проекте;

РО-3 ИД-6 (ПК-1) умеет составлять технологическую документацию по участию организации в торгово-промышленных выставках;

РО-4 ИД-6 (ПК-1) умеет разрабатывать график мероприятий для участия в торгово-промышленных выставках;

РО-5 ИД-6 (ПК-1) владеет навыками разработки документов для участия в торгово-промышленных выставках;

РО-6 ИД-6 (ПК-1) владеет коммуникационными технологиями при работе в контактной зоне с посетителями выставок.

1. Значение торгово-промышленных выставок для предприятия.
2. Этапы становления и развития ярмарок и выставок.
3. Выставочная деятельность в России.
4. Современная концепция ярмарок и выставок.
5. Крупнейшие выставочные территории России и мира.
6. Понятие, цели и задачи ярмарок и выставок.
7. Категориальный аппарат выставочной деятельности.
8. Классификация ярмарок и выставок.
9. Экономическая эффективность выставочной деятельности.
10. Цели и задачи выставки при определении структуры.
11. Участники выставки и представляемые экспонаты.
12. Дизайн и художественное оформление. информационно-рекламная часть. представительская и протокольная часть.
13. Технические и хозяйственные помещения.
14. Методика построения экспозиционного плана и информационно-техническое оснащение
15. Формирование индивидуальных застроечных модулей, их типы и зависимость от целей строителей и характера выставки.
16. Этапы застройки выставочного павильона
17. Назначение и организация сервис-бюро.
18. Разработка сценария проведения выставочного мероприятия
19. Типы выставочных мероприятий и проведение деловых мероприятий.
20. Составление программы деловых мероприятий, презентаций, встреч.
21. Понятие о сервисном обслуживании.
22. Выбор и привлечение организаций, предприятий, фирм по предоставлению услуг.
23. Маркетинг сервисных услуг.
24. Распространение рекламы на выставке.
25. Методика расчетов смет расходов
26. Решение организационно-технических и договорных, в том числе юридических вопросов.
27. Рекламные и протокольные вопросы на мероприятии.
28. Развитие выставочной деятельности на современном этапе.
29. Роль выставок в экономике региона/ страны.
30. Организация процесса регистрации.
31. Выставочный сервис
32. Клиентоориентированность и соблюдение культуры обслуживания.
33. Создание системы управления качеством услуг.

6.3. Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок

Для оценивания результатов промежуточной аттестации применяется шкала оценивания, включающая следующие оценки: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Экзамен. Критерии выставления оценок

На экзамен выносятся вопросы, охватывающие все содержание учебной дисциплины.

Знания обучающихся оцениваются путем выставления по результатам ответа обучающегося итоговой оценки «отлично», либо «хорошо», либо «удовлетворительно», либо «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» при приеме зачета с оценкой выставляется в случае:

- полного, правильного и уверенного изложения обучающимся учебного материала по каждому из вопросов билета;
- уверенного владения обучающимся понятийно-категориальным аппаратом учебной дисциплины;
- логически последовательного, взаимосвязанного и правильно структурированного изложения обучающимся учебного материала, умения устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
- приведения обучающимся надлежащей аргументации, наличия у обучающегося логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
- лаконичного и правильного ответа обучающегося на дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «хорошо» при приеме зачета с оценкой выставляется в случае:

- недостаточной полноты изложения обучающимся учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по, как минимум, одному вопросу билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при использовании в ходе ответа отдельных понятий и категорий дисциплины;
- нарушения обучающимся логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала по отдельным вопросам билета, недостаточного умения обучающегося устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
- приведения обучающимся слабой аргументации, наличия у обучающегося недостаточно логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при ответе на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «хорошо».

Оценка «удовлетворительно» при приеме зачета с оценкой выставляется в случае:

- невозможности изложения обучающимся учебного материала по любому из вопросов билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по как минимум одному из вопросов билета;

- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;

- допущении обучающимся ошибок при использовании в ходе ответа основных понятий и категорий учебной дисциплины;

- существенного нарушения обучающимся или отсутствия у обучающегося логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала, неумения обучающегося устанавливать и проследивать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;

- отсутствия у обучающегося аргументации, логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;

- невозможности обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «удовлетворительно».

Оценка «неудовлетворительно» при приеме зачета с оценкой выставляется в случае:

- отказа обучающегося от ответа по билету с указанием, либо без указания причин;

- невозможности изложения обучающимся учебного материала по двум или всем вопросам билета;

- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по двум или всем вопросам билета;

- скрытное или явное использование обучающимся при подготовке к ответу нормативных источников, основной и дополнительной литературы, конспектов лекций и иного вспомогательного материала, кроме случаев специального указания или разрешения преподавателя;

- невладения обучающимся понятиями и категориями данной дисциплины;

- невозможность обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя;

Любой из указанных недостатков или их совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «неудовлетворительно».

Обучающийся имеет право отказаться от ответа по выбранному билету с указанием, либо без указания причин и взять другой билет. При этом с учетом приведенных выше критериев оценка обучающемуся должна быть выставлена на один балл ниже заслуживаемой им.

Дополнительные вопросы могут быть заданы обучающемуся в случае:

- необходимости конкретизации и изложенной обучающимся информации по вопросам билета с целью проверки глубины знаний отвечающего по связанным между собой темам и проблемам;

- необходимости проверки знаний обучающегося по основным темам и проблемам курса при недостаточной полноте его ответа по вопросам билета.

При проведении промежуточной аттестации в форме тестирования с использованием шкалы, включающей оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», оценивание результата проводится следующим образом:

«Отлично» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют от 80% до 100% от общего количества

«Хорошо» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют от 71 до 79% от общего количества;

«Удовлетворительно» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют 50 –70 % правильных ответов;

«Неудовлетворительно» - работа, содержащая менее 50% правильных ответов.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная:

1. Бердышев, С. Н. Организация выставочной деятельности : учебное пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2010. — 178 с. — ISBN 978-5-394-00136-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/851.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Дополнительная:

1. Федоренко, В. Ф. Опыт организации и проведения региональных выставок в АПК : научный аналитический обзор / В. Ф. Федоренко, Д. С. Буклагин, Н. В. Березенко. — Москва : Росинформагротех, 2008. — 80 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/15751.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Нормативно-правовые документы

1. Федеральный закон «О рекламе»
2. Гражданский кодекс Российской Федерации от 18 декабря 2006 года №230-ФЗ Четвертая часть
3. Федеральный закон «О защите прав потребителей»

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. <http://biblioclub.ru/> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн»
2. <http://www.iprbookshop.ru/> – электронная библиотечная система IPR BOOKS
3. Справочная правовая система Консультант Бизнес: Версия Проф
Профессиональные базы данных в составе СПС Консультант:
- Законодательство Санкт-Петербурга и Ленинградской области
- Международное право

9. Лицензионное программное обеспечение

- MS Windows 7 Профессиональная
- MS Windows 10 Pro
- MS Office 2010
- VS Office 2013
- MS Office 2016

- Moodle 3.8.2.

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

В зависимости от вида проводимых занятий используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- лекционные аудитории (оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в Интернет);
- помещения для проведения семинарских и практических занятий (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий и наглядными пособиями);
- библиотека (имеющая читальные залы и рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет);
- компьютерные классы с демонстрационно-обучающими и обучающе-контролирующими возможностями, доступом к базам данных и Интернет.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.