Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор –
проректор по учебной работе
_____Н.Г. Кузнецов
«01» июня 2018 г.

Рабочая программа дисциплины

Конгрессно-выставочный бизнес

по профессионально-образовательной программе направление 43.03.01 "Сервис"

Квалификация

Бакалавр

Ростов-на-Дону
2018 г.

Антикризисное и корпоративное управление

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
Недель	17,3			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	36	36	36	36
Практические	36	36	36	36
В том числе инт.	50	50	50	50
Итого ауд.	72	72	72	72
Контактная работа	72	72	72	72
Сам. работа	72	72	72	72
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	180	180	180	180

ОСНОВАНИЕ

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 43.03.01 СЕРВИС (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 20.10.2015г. №1169)

Рабочая программа составлена

по профессионально-образовательной программе направление 43.03.01 "Сервис"

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 27.03.2018 протокол № 10.

Программу составил (и): *к.э.н., доцент, Шарапова А.Е.* _____ 25.05.2018

Зав. кафедрой И.В. Мишурова _____ 25.05.2018

Методическим советом направления *д.э.н., профессор, Суржиков М.А.* _____ 29.05.2018

Отделом образовательных программ и планирования учебного процесса Торопова Т.В.

_____ 30.05.2018

Проректором по учебно-методической работе Джуха В.М.

_____ 31.05.2018

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Отдел образовательных программ и планирования учебного процесса Торопова Т.В.

_____

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2019-2020 учебном году на заседании

кафедры **Антикризисное и корпоративное управление**

Зав. кафедрой И.В. Мишурова _____

Программу составил *к.э.н., доцент, Шарапова А.Е.* _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Отдел образовательных программ и планирования учебного процесса Торопова Т.В.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2020-2021 учебном году на заседании

кафедры **Антикризисное и корпоративное управление**

Зав. кафедрой И.В. Мишурова _____

Программу составил (и): *к.э.н., доцент, Шарапова А.Е.* _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Отдел образовательных программ и планирования учебного процесса Торопова Т.В.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2021-2022 учебном году на заседании

кафедры **Антикризисное и корпоративное управление**

Зав. кафедрой И.В. Мишурова _____

Программу составил (и): *к.э.н., доцент, Шарапова А.Е.* _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Отдел образовательных программ и планирования учебного процесса Торопова Т.В.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании

кафедры **Антикризисное и корпоративное управление**

Зав. кафедрой И.В. Мишурова _____

Программу составил (и): *к.э.н., доцент, Шарапова А.Е.* _____

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	1.1. Цели освоения дисциплины:
1.2	Цель изучения дисциплины «Конгрессно-выставочный бизнес» - ознакомить студентов с практической работой подготовке и проведению выставки, с общими законами организации деловых мероприятий и практическими технологиями управления event-процессами в ходе подготовки и проведения конгрессов, конференция, семинаров, круглых столов, презентаций.. Понимание и формулирование целей и задач, стоящих перед выставкой, позволят определить структуру выставки, привлечь представительных участников с наиболее интересными экспонатами.
1.3	1.2. Задачи: планирование деятельности конгрессно-выставочного центра и его подразделений; организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных конгрессно-выставочных проектов, осуществления видов деятельности и работ по проекту; контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников, в том числе и временного персонала; изучение практических технологий координации мероприятия; мотивирование и стимулирование персонала, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; исследование вопросов управления персоналом, повышения качества обслуживания, мотивации персонала; изучение основных методов решения координационных и логистических задач, возникающих на мероприятии; разработка бизнес-планов создания нового выставочного проекта; изучение особенностей привлечения и организаций-партнеров частности по рекламе, транспортно-экспедиторской обработке выставочных грузов, организации деловой и культурной программ и т.д.; анализ форм проведения деловой программы в рамках выставки, организации встреч специалистов, рекламных и протокольных мероприятий, а также потенциальных покупателей и продавцов; рассмотрение направлений выставочного дизайна и сервисного обслуживания в современных условиях, а также понимания роли и значимости выставочного мероприятия как одного из важнейших инструментов рекламы; ознакомление с юридическими основами ведения event-бизнеса.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.01
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Необходимыми условиями для успешного освоения дисциплины являются навыки, знания и умения, полученные в результате изучения дисциплины:
2.1.2	Психология
2.1.3	Экономическая теория
2.1.4	Введение в специальность
2.1.5	Прикладные гостиничные технологии
2.1.6	Прикладные туристические технологии
2.2	**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Преддипломная
2.2.2	Сервисные технологии

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
ПК-6: готовностью к применению современных сервисных технологий в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей
Знать:
: способы застройки выставочного пространства, расстановки на конгрессных площадях
Уметь:
разрабатывать сюжетные и тематические мероприятия, формировать информационные пакеты для клиентов, составлять смету
Владеть:
методами работы с партнерами и подрядчиками, навыками привлечения спонсоров
ПК-9: способностью выделять и учитывать основные психологические особенности потребителя в процессе сервисной деятельности
Знать:
типологию клиентов конгрессно-выставочных услуг, обязанности персонала при работе с клиентами
Уметь:
осуществлять взаимодействие с клиентами при возникновении конфликтной ситуации
Владеть:

технологиями работы с претензиями клиентов

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)							
Кодзанятия	**Наименование разделов и тем /вид занятия/**	**Семестр / Курс**	**Часов**	**Компетен-ции**	**Литература**	**Интеракт.**	**Примечание**
	Раздел 1. «Организация участия предприятий в выставке»						
1.1	Тема 1.1 «Подготовка участия фирмы в выставке»: цели участия фирмы в работе ярмарок и выставок; основные этапы подготовки фирмы к работе на выставке; выбор выставки для участия; выбор месторасположения и конфигурации стенда; оформление стенда рекламными элементами; информационное обеспечение стенда специальное профессиональное оборудование на стенде, взаимосвязь туристской и выставочной деятельности. /Лек/	3	4	ПК-6 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5	2	
1.2	Тема 1.2 «Организация работы на выставке»: технология презентации продукта на выставке; методы привлечения внимания к стенду; технология работы консультанта выставочного стенда; организация специальных мероприятий для прессы на стенде; организация презентационных акций для посетителей выставки; корпоративный сайт как информационная площадка; проведение деловых мероприятий для партнеров; роль персонала в формировании имиджа фирмы, успешное участие в зарубежных выставках. /Лек/	3	4	ПК-6 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.5	2	
1.3	Тема 1.3 «Подведение итогов участия фирмы в выставке»: статистические методы оценки эффективности участия; факторы, влияющие на оценку; технология поддержания контактов после мероприятия; финансовые итоги выставки /Лек/	3	4	ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.5	2	

1.4	Тема: Деловая игра «Выбор выставки». Цели: Обосновать необходимость участия в выставке и выбрать вариант профильной выставки для предприятия (по вариантам). Разработать учебное задание по проведению салона/ выставки/ ярмарки. Кейс «Конгрессно-выставочный комплекс «Горизонт»». Цели: изучить пример выставочной деятельности; познакомиться с рынком услуг (по выбору студентов) и работой компаний, представленных на выставке; посещение профильной выставки. «Посещение выставки по выбору студентов». Цели: изучить пример выставочной деятельности; познакомиться организацией работы выставки: деятельность организаторов, экспонентов, гостей выставки и сотрудников выставочного комплекса. Отчет по итогам работы на выставке. /Пр/	3	4	ПК-6 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5	4	
1.5	Тема «Разработка концепции участия в выставке». Цель: разработать и защитить вариант представления продукции на стенде. Результаты представляются в виде презентаций проектов стендов. «Посещение выставки по выбору студентов». Цели: изучить конкретную концепцию проведения выставки. Результаты анализа концепции оформить в портфолио. /Пр/	3	4	ПК-6 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.5	4	
1.6	Тема «Подведение итогов участия в выставке». Цель: финансовая и экономическая эффективность участия предприятия в выставке. «Портфолио экспонента» Самостоятельно разработать проект участия предприятия в выставке (по выбору студента) и оформить его в виде портфолио мероприятия. Результаты студенты представляют в виде презентации. /Пр/	3	4	ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.5	3	

1.7	Темы, разделы, вынесенные на самостоятельную подготовку «Обзор рынка делового туризма» «Предварительная подготовка к мероприятию» «Разработка и управление событийным проектом» «Методы и схемы взаимодействия с партнерами и подрядчиками» «Организация работы персонала на мероприятии» «Риск-менеджмент мероприятий» «Инструменты продвижения и продаж мероприятия» «Финансовое управление мероприятиями» «Организация работы конгресс - центра – мировая практика» /Ср/	3	12	ПК-6 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.5 Э1	0	
	Раздел 2. «Организация работы конгрессно-выставочного центра»						
2.1	Тема 2.1 «Техника и технология застройки выставочного пространства»: цели и задачи выставки при определении структуры; дизайн и художественное оформление; методика построения экспозиционного плана и формирование индивидуальных застроечных модулей /Лек/	3	4	ПК-6 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.4 Л2.5	2	
2.2	Тема 2.2 «Построение сценария проведения конгрессно-выставочного мероприятия»: разработка сценария открытия, проведения и закрытия выставочного мероприятия и зависимость от типа выставочного мероприятия. Информационная и рекламная поддержка. /Лек/	3	4	ПК-6 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.5	2	
2.3	«Составление сметы расходов»: Смета расходов – необходимая составляющая при планировании выставки. Методика расчетов и ее основные статьи: аренда выставочной площади, работа по монтажу и демонтажу, художественно-оформительские расходы, расходы по командированию организаторов выставки, рекламные и представительские расходы, расходы на транспортно-экспедиторскую обработку выставочных грузов. /Лек/	3	4	ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.4 Л2.5	2	
2.4	Комплексное практическое занятие: «Этапы подготовки к выставке». Цели и задачи организаторов, экспонентов; предварительные исследования; креативные идеи; составление плана работ; вопросы подбора и организации персонала выставки; риск-менеджмент проекта; продвижение выставки; методы продаж выставочных модулей; финансовое управление выставкой. /Пр/	3	4	ПК-6 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.4 Л2.5	3	

2.5	«Застройка выставочного пространства»-работа в командах – предложить вариант организации пространства выставки в рамках учебного задания. «Посещение выставки по выбору студентов». Цели: изучить конкретный вариант застройки выставочного пространства и оценить его удачность для решения задач выставки. Результаты оформить в портфолио./Пр/	3	4	ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.5	4	
2.6	Самостоятельное изучение отдельных вопросов теоретического курса: • Дайте краткую характеристику основных показателей мировой индустрии выставок, ярмарок и салонов. • Охарактеризуйте деятельность ведущих корпораций в выставочном бизнесе. • Выделить основные тенденции, определяющие рост значения выставочных услуг в современной экономике. • Выделить основные этапы развития выставочного бизнеса. • Может ли индустрия выставок, ярмарок и салонов являться ключевой в экономике отдельных городов, регионов, стран и каковы для этого предпосылки? • Какие виды выставочных мероприятий получили наибольшее распространение на рынке гостиничных услуг в РФ / РО и почему? • По каким признакам различаются предприятия выставочного типа? • По каким критериям осуществляется классификация выставочных мероприятий? • Чем обусловлено активное использование выставочных мероприятий для формирования имиджа предприятия в качестве маркетинговой цели? • Какие проблемы внутренней среды маркетинга связаны со свойствами услуг? • Проанализируйте мотивы поведения потребителей на рынке выставочных мероприятий. • Каковы признаки потребителей и параметры услуг, по которым целесообразно проводить сегментацию выставочных услуг? • Каким образом структура рынка выставочных услуг влияет на выбор метода ценообразования? • 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? /Ср/	3	18	ПК-6 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.4 Л2.5 Э1	0	

2.7	Практическое занятие: Кейс: «Сценарий открытия и закрытия Всемирных и национальных выставок» «Портфолио выставки» Самостоятельно разработать выставочный проект (по выбору студента) и оформить его в виде портфолио мероприятия. Результаты студенты представляют в виде презентации. /Пр/	3	4	ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.5	3	
	Раздел 3. Организация деловой программы выставки - управление событийным проектом»						
3.1	«Организация предварительных работ для подготовки мероприятия»: основные термины и понятия MICE- индустрии; классификация деловых мероприятий; организация управления рынком мероприятий на международном и национальном уровне; классификация мероприятий; проведение предварительных исследования и ознакомление с технологией подготовительных работ. /Лек/	3	4	ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.3 Л2.5	2	
3.2	«Разработка событийного проекта»: разработка концепции мероприятия; схема распределения времени на реализацию проекта; способы привлечения внимания к мероприятию; экономические показатели успешности мероприятия; основные рекламные инструменты на мероприятии; процедуры эффективного взаимодействия с участниками мероприятия; пути повышения популярности мероприятия. /Лек/	3	4	ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.5	2	
3.3	«Финансовое управление мероприятиями» финансовая классификация мероприятий; факторы, влияющие на бюджет мероприятия; формирование цены на услуги при организации мероприятий; схемы движения денежных средств«Подведение итогов и оценка финансовой эффективности мероприятия» /Лек/	3	4	ПК-6 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.5	2	

3.4	Кейс «Портрет организации»: Агентство “Eventum". Ознакомление студентов с портретом организации; мотивы деятельности агентства; особенности функционирования; классификационные характеристики мероприятий, проводимых отелем. «Предварительная подготовка к мероприятию» определение целей и задач мероприятия; классификация мероприятий; проведение предварительных исследования и ознакомление с технологией подготовительных работ. Оформление портфолио по учебному заданию. «Разработка событийного проекта» работа в командах по учебному заданию по следующим направлениям: разработка концепции мероприятия; схема распределения времени на реализацию проекта; планирование ресурсов; распределение работ между сотрудниками; подготовка мероприятия по модели Jetta; разработка внутреннего сценарного плана проведения мероприятия. Ознакомление с методами организации творческого процесса. Оформление результатов в портфолио. /Пр/	3	4	ПК-6 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.5	4	
3.5	Деловая игра «Презентация концепции мероприятия». Цели: научиться использовать творческие подходы по разработке и презентации концепции мероприятия. Оценка концепций командами. «Инструменты продвижения и продаж мероприятия» - способы привлечения внимания к мероприятию; экономические показатели успешности мероприятия; основные рекламные инструменты на мероприятии; процедуры эффективного взаимодействия с участниками мероприятия; пути повышения популярности мероприятия. Оформление результатов в портфолио. Деловая игра «Работа с прессой». Цель: разработка проекта пресс - поддержки мероприятия. Практическое занятие: «Технология работы на мероприятии» Цель: разработка алгоритмов проверки готовности и организация хода мероприятия. /Пр/	3	4	ПК-6 ПК-9	Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л2.5	4	

3.6	«Финансовое управление мероприятиями» финансовая классификация мероприятий; факторы, влияющие на бюджет мероприятия; формирование цены на услуги при организации мероприятий; схемы движения денежных средств. Оформление результатов в портфолио. «Риск-менеджмент мероприятий» виды event-рисков; этические вопросы, возникающие в ходе подготовки; страхование на мероприятиях; юридические основы ведения event-бизнеса. Оформление результатов в портфолио. Деловая игра «Нештатная ситуация на мероприятии». Цель: разработать алгоритмы реагирования в нештатных ситуациях (по вариантам). «Подведение итогов и оценка финансовой эффективности мероприятия» Цель: расчет точки самоокупаемости мероприятия. Оформление результатов в портфолио. /Пр/	3	4	ПК-6 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л2.5	3	
3.7	Темы и вопросы, определяемые преподавателем с учетом интересов студента 1. Развитие рынка выставочных услуг на примере гор. Ростова-на-Дону (любой зарубежной страны, другого региона). 2. Анализ структуры и динамики развития индустрии выставок, ярмарок и салонов. 3. Маркетинговые технологии в выставочном бизнесе – обзор зарубежного опыта. 4. Современные виды рекламы и методы повышения ее эффективности на выставочных мероприятиях. 5. Маркетинговые методы проведения обследований участников выставочных мероприятий. 6. Влияние улучшения качества обслуживания на повышение экономической эффективности выставочных мероприятий. 7. Клиентоориентированность и соблюдение культуры обслуживания. 8. Методы формирование цены на услуги организаторов выставок. 9. Управление персоналом в ходе подготовки и на мероприятии: возможности применения зарубежного опыта в российских агентствах. 10. Аутсорсинг как принцип организации современного конгрессно-выставочного центра. 11. Государственное регулирование и поддержка работы выставочного бизнеса: отечественный и зарубежный опыт, региональные особенности. 12. Целевые комплексные программы развития выставочного бизнеса. 13. Конгрессно-выставочные центры при развлекательных парках – ознакомительный обзор. /Ср/	3	12	ПК-6 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.5	0	

3.8	Тематика презентационной работы 1. Конгрессные мероприятия как один из основных сегментов деловых поездок. 2. Анализ состояния и проблем развития рынка конгрессных мероприятий. 3. Особенности рынка конгрессных мероприятий. 4. Анализ развития мирового рынка конгрессных мероприятий. 5. Современный рынок конгрессных мероприятий в России и перспективы его развития. 6. Услуги MICE-индустрии как сфера удовлетворения человеческих потребностей. 7. Управление паузами на мероприятии. 8. Поддержание порядка и обеспечение безопасности персон и имущества на мероприятии. 9. Методы анкетирования и правила разработки анкет. 10. Специфика работы малых предприятий – организаторов мероприятий: место в отрасли, сравнение с крупными и средними предприятиями, формы государственной поддержки. 11. Современные виды рекламы и методы повышения ее эффективности на деловых мероприятиях. 12. Специфика работы отдела по организации конференций в гостинице. /Ср/	3	12	ПК-6 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л2.5	0	
3.9	Усвоение текущего учебного материала, подготовка к текущим видам контроля знаний, самостоятельная подготовка к практическим занятиям (в т.ч. самостоятельная работа в команде) /Ср/	3	18	ПК-6 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л2.5	0	
3.10	/Экзамен/	3	36	ПК-6 ПК-9	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.5	0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену по дисциплине «Конгрессно-выставочный бизнес»
1. Раскройте сущность этапов становления и развития ярмарок и выставок.
2. Сформулируйте понятие, цели и задачи ярмарок и выставок.
3. Классификация ярмарок и выставок – перечисление и описание.
4. Продемонстрируйте понимание основных этапов подготовки фирмы к работе на выставке.
5. Сформулируйте цели участия фирмы в работе ярмарок и выставок.
6. Предварительная оценка перспектив участия; выбор выставки для участия.
7. Технология подготовки участия фирмы в выставке.
8. Концепция участия фирмы в выставке.
9. Выбор месторасположения выставочного модуля.
10. Оформление стенда рекламными элементами.
11. Информационная поддержка выставочной деятельности экспонента.
12. Охарактеризуйте методы привлечения внимания к стенду.
13. Организация программы специальный мероприятий (проектов) участия предприятия в выставке.
14. Специальное профессиональное оборудование на стенде.
15. Концепция и технологии представления продукции на стенде.
16. Проведение деловых мероприятий для партнеров.
17. Роль персонала в формировании имиджа фирмы.

18. Технология работы консультанта выставочного стенда.
19. Организация презентационных мероприятий для посетителей выставки.
20. Классификация рисков выставочной деятельности.
21. Управление рисками выставочной деятельности.
22. Технология поддержания контактов после мероприятия.
23. Этапы оценки эффективности выставочного мероприятия
24. Финансовые итоги выставки.
25. Выставочная деятельность как коммуникационное средство рекламного воздействия.
26. Выбор и привлечение организаций, предприятий, фирм по предоставлению услуг.
27. Этапы застройка выставочного павильона, дизайн и художественное оформление.
28. Корпоративный сайт как информационная площадка.
29. Составление программы деловых мероприятий, презентаций, встреч.
30. Раскрыть характер предварительных исследований и технологии подготовительных работ при организации делового мероприятия.
31. Раскрыть сущность конгрессных мероприятий как одного из основных сегментов деловых поездок.
32. Проанализировать организацию управления рынком мероприятий на международном и национальном уровне.
33. Описать этапы разработки концепции делового мероприятия.
34. Раскрыть сущность распределения работ между сотрудниками при подготовке делового мероприятия.
35. Методы привлечения и работы с временным персоналом при проведении делового мероприятия.
36. Продемонстрировать владение методами работы со спонсорами.
37. Продемонстрировать владение методами оценки коммерческих предложений поставщиков
38. Виды event-рисков.
39. Этические вопросы, возникающие в ходе подготовки делового мероприятия.
40. Охарактеризовать основные методы страхования на мероприятиях.
41. Проанализировать алгоритмы реагирования в нештатных ситуациях.
42. Организация специальных мероприятий для прессы.
43. Назначение и организация сервис-бюро.
44. Финансовая классификация деловых мероприятий.
45. Методика расчетов сметы расходов
46. Статистические методы оценки эффективности участия.
47. Экономическая эффективность выставочной деятельности.
48. Экономические показатели успешности делового мероприятия.
49. Взаимосвязь туристской и выставочной деятельности.
50. Проанализируйте роль выставок в экономике региона/ страны.

5.2. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля

Структура и содержание фонда оценочных средств представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Мишурова И. В.	Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособие	Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2013	33
Л1.2	Докашенко Л. В.	Экономика и организация конгрессно-выставочной деятельности: учебное пособие	Оренбург: ОГУ, 2015	http://biblioclub.ru/ - неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Петелин В. Г.	Стендист торгово-промышленной выставки: Секреты мастерства	М.: Ось-89, 2000	20
Л2.2	Назимко А. Е.	Событийный маркетинг : руководство для заказчиков и исполнителей	М.: Вершина, 2007	10
Л2.3	Тирни Д., Хэмптон М.	Цивилизация в фокусе. Фестивали и особые события	Милан: Modern Languages, 2001	10
Л2.4	Добробабенко Е. В., Добробабенко Н. С.	Выставка "подключ"	СПб.: Питер, 2007	10
Л2.5	Афанасьев Г. С.	Event-мероприятия как инструмент продвижения товарных брендов и услуг	Москва: Лабораториякниги, 2012	http://biblioclub.ru/ - неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Государственная Дума Российской Федерации http://www.duma.ru/
6.3. Перечень программного обеспечения	
6.3.1	Microsoft Office

6.4 Перечень информационных справочных систем	
6.4.1	Консультант +

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Помещения для проведения всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения. Для проведения лекционных занятий используется демонстрационное оборудование.

8. МЕТОДИЧЕСТКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

Приложение 1
к рабочей программе

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Рассмотрено и одобрено
на заседании кафедры Антикризисного и
корпоративного управления
Протокол № 10 от «25» мая 2018 г.
Зав. кафедрой _____ Мишурова И.В.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ БИЗНЕС

(наименование дисциплины)

Направление подготовки

43.03.01 «Сервис»

Уровень образования
бакалавриат

Составитель _____ к.э.н., доцент А.Е. Шарапова
(подпись) *Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание*

Ростов-на-Дону, 2018

Оглавление

1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы 3

2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 3

3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 6

4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций 13

1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования представлен в п. 3. «Требования к результатам освоения дисциплины» рабочей программы дисциплины.

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

2.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК 6 готовность к применению современных сервисных технологий в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей			
З: способы застройки выставочного пространства, расстановки на конгрессных площадях	*поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов*	*соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; объем выполненных работы (в полном, не полном объеме);*	*Д –доклад, Р – реферат, ИТЗ – индивидуальное творческое задание, ГТЗ – групповое творческое задание КР – контрольная работа*
У:разрабатывать сюжетные и тематические мероприятия, формировать информационные пакеты для клиентов, составлять смету	*поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов*	*соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; объем выполненных работы (в полном, не полном объеме);*	*Д –доклад, Р – реферат, ИТЗ – индивидуальное творческое задание ГТЗ – групповое творческое задание КР – контрольная работа*
В:методами работы с партнерами и	*поиск и сбор необходимой*	*соответствие проблеме*	*Д –доклад, Р – реферат,*

подрядчиками, навыками привлечения спонсоров	*литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов*	*исследования; полнота и содержательность ответа; объем выполненных работы (в полном, не полном объеме);*	*ИТЗ – индивидуальное творческое задание КР – контрольная работа*
ПК-9 способность выделять и учитывать основные психологические особенности потребителя в процессе сервисной деятельности			
З типологию клиентов конгрессно-выставочных услуг, обязанности персонала при работе с клиентами	*использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов*	*соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, объем выполненных работы (в полном, не полном объеме);*	*П-презентация, Д –доклад, Р – реферат, ИТЗ – индивидуальное творческое задание, ГТЗ – групповое творческое задание КР – контрольная работа*
У осуществлять взаимодействие с клиентами при возникновении конфликтной ситуации	*использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов*	*соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, объем выполненных работы (в полном, не полном объеме);*	*П-презентация, Д –доклад, Р – реферат, ИТЗ – индивидуальное творческое задание, ГТЗ – групповое творческое задание КР – контрольная работа*
В технологиями работы с претензиями клиентов	*использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов*	*соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, объем выполненных работы (в полном, не полном объеме);*	*П-презентация, Д –доклад, Р – реферат, ИТЗ – индивидуальное творческое задание, ГТЗ – групповое творческое задание КР – контрольная работа*

2.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале.

Для допуска к промежуточной аттестации необходимо набрать не менее 50 баллов по текущей работе и выполнить обязательный минимум учебной работы (если он предусмотрен по данной дисциплине).

При текущей аттестации первая контрольная точка отражает оценку в процентах следующих видов работ студента по модулям 1«Организация участия предприятий в выставке» и 2 «Организация работы конгрессно-выставочного центра»:

1. Степень посещения и активность на практических занятиях;
2. Степень выполнения домашних заданий на практических занятиях;
3. Готовность индивидуального проекта в ходе самостоятельной подготовки.

Вторая контрольная точка отражает оценку в процентах следующих видов работ студента по модулю 3 «Организация деловой программы выставки - управление событийным проектом»:

1. Степень выполнения домашних заданий на практических занятиях;
2. Готовность группового проекта в ходе самостоятельной подготовки.

Основой для определения баллов, набранных по результатам текущей аттестации, служит объем и уровень усвоения материала, предусмотренного рабочей программой дисциплины, в процентах.

Итоговая оценка может быть выставлена на основе результатов (общее количество баллов) полученных в ходе текущей аттестации.

Промежуточная аттестация

«Основой для определения баллов, набранных при промежуточной аттестации, служит объём и уровень усвоения материала, предусмотренного рабочей программой дисциплины. При этом необходимо руководствоваться следующим:

- 84-100 баллов (оценка «отлично») - изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с поставленными программой курса целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;

- 67-83 баллов (оценка «хорошо») - наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины;

- 50-66 баллов (оценка удовлетворительно) - наличие твердых знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;

- 0-49 баллов (оценка неудовлетворительно) - ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы».

3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Антикризисного и корпоративного управления
(наименование кафедры)

Вопросы к экзамену
по дисциплине **Конгрессно-выставочный бизнес**
(наименование дисциплины)

1. Раскройте сущность этапов становления и развития ярмарок и выставок.
2. Сформулируйте понятие, цели и задачи ярмарок и выставок.
3. Классификация ярмарок и выставок – перечисление и описание.
4. Продемонстрируйте понимание основных этапов подготовки фирмы к работе на выставке.
5. Сформулируйте цели участия фирмы в работе ярмарок и выставок.
6. Предварительная оценка перспектив участия; выбор выставки для участия.
7. Технология подготовки участия фирмы в выставке.
8. Концепция участия фирмы в выставке.
9. Выбор месторасположения выставочного модуля.
10. Оформление стенда рекламными элементами.
11. Информационная поддержка выставочной деятельности экспонента.
12. Охарактеризуйте методы привлечения внимания к стенду.
13. Организация программы специальный мероприятий (проектов) участия предприятия в выставке.
14. Специальное профессиональное оборудование на стенде.
15. Концепция и технологии представления продукции на стенде.
16. Проведение деловых мероприятий для партнеров.
17. Роль персонала в формировании имиджа фирмы.
18. Технология работы консультанта выставочного стенда.
19. Организация презентационных мероприятий для посетителей выставки.
20. Классификация рисков выставочной деятельности.
21. Управление рисками выставочной деятельности.
22. Технология поддержания контактов после мероприятия.
23. Этапы оценки эффективности выставочного мероприятия
24. Финансовые итоги выставки.
25. Выставочная деятельность как коммуникационное средство рекламного воздействия.
26. Выбор и привлечение организаций, предприятий, фирм по предоставлению услуг.
27. Этапы застройка выставочного павильона,дизайн и художественное оформление.
28. Корпоративный сайт как информационная площадка.
29. Составление программы деловых мероприятий, презентаций, встреч.
30. Раскрыть характер предварительных исследований и технологии подготовительных работ при организации делового мероприятия.
31. Раскрыть сущность конгрессных мероприятий как одного из основных сегментов деловых поездок.
32. Проанализировать организацию управления рынком мероприятий на международном и национальном уровне.
33. Описать этапы разработки концепции делового мероприятия.

34. Раскрыть сущность распределения работ между сотрудниками при подготовке делового мероприятия.
35. Методы привлечения и работы с временным персоналом при проведении делового мероприятия.
36. Продемонстрировать владение методами работы со спонсорами.
37. Продемонстрировать владение методами оценки коммерческих предложений поставщиков
38. Виды event-рисков.
39. Этические вопросы, возникающие в ходе подготовки делового мероприятия.
40. Охарактеризовать основные методы страхования на мероприятиях.
41. Проанализировать алгоритмы реагирования в нештатных ситуациях.
42. Организация специальных мероприятий для прессы.
43. Назначение и организация сервис-бюро.
44. Финансовая классификация деловых мероприятий.
45. Методика расчетов сметы расходов
46. Статистические методы оценки эффективности участия.
47. Экономическая эффективность выставочной деятельности.
48. Экономические показатели успешности делового мероприятия.
49. Взаимосвязь туристской и выставочной деятельности.
50. Проанализируйте роль выставок в экономике региона/ страны.

Составитель _____ А.Е. Шарапова
(подпись)

«____»_____20 г.

Основой для определения баллов, набранных при промежуточной аттестации, служит объём и уровень усвоения материала, предусмотренного рабочей программой дисциплины. При этом необходимо руководствоваться следующим:

Критерии оценивания:

– оценка «отлично» 84-100 баллов, выставляется, если изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с поставленными программой курса целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;

– оценка хорошо» 67-83 баллов - наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины;

– оценка «удовлетворительно» 50-66 баллов - наличие твердых знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;

– оценка «неудовлетворительно» 0-49 баллов - ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Антикризисного и корпоративного управления
(наименование кафедры)

Темы рефератов, докладов

по дисциплине **Конгрессно-выставочный бизнес**
(наименование дисциплины)

1. Развитие рынка выставочных услуг на примере гор. Ростова-на-Дону (любой зарубежной страны, другого региона).
2. Анализ структуры и динамики развития индустрии выставок, ярмарок и салонов.
3. Маркетинговые технологии в выставочном бизнесе – обзор зарубежного опыта.
4. Современные виды рекламы и методы повышения ее эффективности на выставочных мероприятиях.
5. Маркетинговые методы проведения обследований участников выставочных мероприятий.
6. Влияние улучшения качества обслуживания на повышение экономической эффективности выставочных мероприятий.
7. Клиентоориентированность и соблюдение культуры обслуживания.
8. Методы формирование цены на услуги организаторов выставок.
9. Управление персоналом в ходе подготовки и на мероприятии: возможности применения зарубежного опыта в российских агентствах.
10. Аутсорсинг как принцип организации современного конгрессно-выставочного центра.
11. Государственное регулирование и поддержка работы выставочного бизнеса: отечественный и зарубежный опыт, региональные особенности.
12. Целевые комплексные программы развития выставочного бизнеса.
13. Конгрессно-выставочные центры при развлекательных парках – ознакомительный обзор.

Критерии оценки:

– оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно, а также максимально широко использует технические возможности программных продуктов и разнородные формы представления информации;

– оценка «хорошо», если обучающийся раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;

– оценка «удовлетворительно», если обучающийся обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;

– оценка «неудовлетворительно», если обучающийся не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

Составитель _____ А.Е. Шарапова
(подпись)

«____»_____20 г.

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Антикризисного и корпоративного управления
(наименование кафедры)

Тематика презентационной работы

по дисциплине **Конгрессно-выставочный бизнес**
(наименование дисциплины)

1. Конгрессные мероприятия как один из основных сегментов деловых поездок.
2. Анализ состояния и проблем развития рынка конгрессных мероприятий.
3. Особенности рынка конгрессных мероприятий.
4. Анализ развития мирового рынка конгрессных мероприятий.
5. Современный рынок конгрессных мероприятий в России и перспективы его развития.
6. Услуги MICE-индустрии как сфера удовлетворения человеческих потребностей.
7. Управление паузами на мероприятии.
8. Поддержание порядка и обеспечение безопасности персон и имущества на мероприятии.
9. Методы анкетирования и правила разработки анкет.
10. Специфика работы малых предприятий – организаторов мероприятий: место в отрасли, сравнение с крупными и средними предприятиями, формы государственной поддержки.
11. Современные виды рекламы и методы повышения ее эффективности на деловых мероприятиях.
12. Специфика работы отдела по организации конференций в гостинице.

Критерии оценки:

– оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно, а также максимально широко использует технические возможности программных продуктов и разнородные формы представления информации;

– оценка «хорошо», если обучающийся раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;

– оценка «удовлетворительно», если обучающийся обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;

– оценка «неудовлетворительно», если обучающийся не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

Составитель _____ А.Е. Шарапова
(подпись)

«____»_____20 г.

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Антикризисного и корпоративного управления
(наименование кафедры)

Темы групповых и индивидуальных творческих заданий

по дисциплине **Конгрессно-выставочный бизнес**
(наименование дисциплины)

Групповые творческие задания (проекты):
Самостоятельно разработать выставочный проект (по выбору студента) и оформить его в виде портфолио мероприятия

Описание задания/проекта
- Обосновать необходимость участия в выставке и выбрать вариант профильной выставки для предприятия (по вариантам).
- Цели и задачи организаторов, экспонентов; предварительные исследования; креативные идеи; составление плана работ; методы продаж выставочных модулей; застройка выставочного пространства; вопросы подбора и организации персонала выставки.
- Сформулировать правила поведения сотрудников на выставке и провести анкетирование по результатам обслуживания.
- Разработать и защитить вариант представления продукции на стенде. Результаты представляются в виде презентаций проектов стендов.
- Применить изученные методы привлечения внимания прессы к стенду предприятия и разработать программу мероприятий по работе с прессой.
- Обосновать финансовую и экономическую эффективность участия предприятия в выставке.
- Оформить базу возможных подрядчиков РО по участию предприятия в выставке.

Требования к оформлению задания/проекта
Результаты этапов проекта студенты представляют в виде презентации

Критерии оценки:
- 84-100 баллов (оценка «отлично») - изложенный материал фактически верен; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;
- 67-83 баллов (оценка «хорошо») - правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, недоработки по проекту
- 50-66 баллов (оценка удовлетворительно) - изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;
- 0-49 баллов (оценка неудовлетворительно) - наличие грубых ошибок в проекте, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы».

Индивидуальное творческое задание (проект): «Посещение выставки по выбору студентов»

Описание задания/проекта

Цели: изучить пример выставочной деятельности; познакомиться с рынком услуг (по выбору студентов) и работой компаний, представленных на выставке:

1. выбрать 10 предприятий, представленных на выставке и собрать следующую информацию:
   a. общее описание (+регион)
   b. цели и задачи экспонента
   c. сегмент потребителей
   d. целевой рынок
   e. возможные конкурентные преимущества
   f. способы достижения целей
   g. оценка достижения целей и задач
2. Выбрать один объект, который на ваш взгляд ярко представил свою продукцию на выставке, и обосновать его особенность.
3. Оформить отчет по итогам работы на выставке.

Требования к оформлению задания/проекта

Отчет состоит из двух смысловых частей:

- общее описание выставки;
- характеристики участников выставки – в форме таблицы

№	Наименование предприятия-экспонента	Цели и задачи экспонента	Сегмент потребителей \ целевой рынок	Конкурентные преимущества экспонатов	Способы привлечения внимания к экспонатам	Приме-чания
1						
…						
10						

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики экспонента и возможные варианты достижения целей экспонента, если это возможно, а также максимально широко использует технические возможности программных продуктов и разнородные формы представления информации;
- оценка «хорошо», если обучающийся раскрыл только часть основных положений вопроса по таблице участников выставки, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;
- оценка «удовлетворительно», если обучающийся посетил выставку и выполнил больше половины задания, но не смог конкретизировать основные компоненты;
- оценка «неудовлетворительно», если обучающийся не посещал выставку, не подготовил отчет или продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

Составитель _____ А.Е. Шарапова

«____»_____20 г.

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Кафедра Антикризисного и корпоративного управления
(наименование кафедры)

Комплект заданий для выполнения контрольной работы

по дисциплине **Конгрессно-выставочный бизнес**
(наименование дисциплины)

Разработка сценарного плана делового мероприятия

Описание задания/проекта

1. «Презентация концепции мероприятия» Цели: научиться использовать творческие подходы по разработке и презентации концепции мероприятия. Оценка концепций командами
2. провести оценку коммерческих предложений поставщиков и выбрать оптимального партнера для конкретного мероприятия.
3. «Нештатная ситуация на мероприятии». Цель: разработать алгоритмы реагирования в нештатных ситуациях (по вариантам).
4. «Предварительная подготовка к мероприятию» определение целей и задач мероприятия; классификация мероприятий; проведение предварительных исследования и ознакомление с технологией подготовительных работ
5. «Технология работы на мероприятии» Цель: разработка алгоритмов проверки готовности и организация хода мероприятия.
6. «Инструменты продвижения и продаж мероприятия» - способы привлечения внимания к мероприятию; экономические показатели успешности мероприятия; основные рекламные инструменты на мероприятии; процедуры эффективного взаимодействия с участниками мероприятия; пути повышения популярности мероприятия
7. «Создание и ведение баз данных поставщиков и подрядчиков». Цель: разработка структуры базы данных для поставщиков мероприятия.
8. «Методы и схемы взаимодействия с партнерами и подрядчиками» - организация работы с подрядчиками; выбор и подготовка места проведения мероприятия; методы работы со спонсорами.
9. «Организация работы персонала на мероприятии» схема распределения работ по проектам; организация рационального управления временем; методы привлечения и работы с временным персоналом. Оформление результатов в портфолио.
10. «Финансовое управление мероприятиями» финансовая классификация мероприятий; факторы, влияющие на бюджет мероприятия; формирование цены на услуги при организации мероприятий; схемы движения денежных средств. Оформление результатов в портфолио.
11. «Разработка событийного проекта» работа в командах по учебному заданию по следующим направлениям: разработка концепции мероприятия; схема распределения времени на реализацию проекта; планирование ресурсов; распределение работ между сотрудниками; подготовка мероприятия по модели Jetta; разработка внутреннего сценарного плана проведения мероприятия. Ознакомление с методами организации творческого процесса.
12. «Подведение итогов и оценка финансовой эффективности мероприятия» Цель: расчет точки самоокупаемости мероприятия. Оформление результатов в портфолио.

Критерии оценки:

- 84-100 баллов (оценка «отлично») - изложенный материал фактически верен; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;
- 67-83 баллов (оценка «хорошо») - правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, недоработки по проекту
- 50-66 баллов (оценка удовлетворительно) - изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;
- 0-49 баллов (оценка неудовлетворительно) - наличие грубых ошибок в проекте, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы».

4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 3 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Экзамен проводится по расписанию экзаменационной сессии в письменном виде. Количество вопросов в экзаменационном задании – 2. Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

Приложение 2
к рабочей программе

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Рассмотрено и одобрено
на заседании кафедры Антикризисного и
корпоративного управления
Протокол № 10 от «25» мая 2018 г.
Зав. кафедрой _____ Мишурова И.В.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ БИЗНЕС

(наименование дисциплины)

Направление подготовки / специальность

43.03.01 «Сервис»

Уровень образования

бакалавриат

Составитель _____ Шарапова А.Е., доцент, к.э.н.
(подпись) *Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание*

Ростов-на-Дону, 2018

Методические указания по освоению дисциплины «*Конгрессно -выставочный бизнес*» адресованы студентам *всех* форм обучения.

Учебным планом по направлению подготовки «*Сервис*» предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия;

В ходе лекционных занятий рассматриваются следующие темы:«Организация работы на выставке», «Техника и технология застройки выставочного пространства», «Разработка событийного проекта», «Финансовое управление мероприятиями» даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки проектирования круиза, координации деятельности всех участников круизного проекта, работы с поисковыми системами сети Интернет.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

– изучить рекомендованную учебную литературу;

– изучить конспекты лекций;

– подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме;

– выполнить домашнее задание, рекомендованные преподавателем при изучении каждой темы.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить реферат, доклад или сообщение по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса и посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Студент должен готовиться к предстоящему лабораторному занятию по всем, обозначенным в рабочей программе дисциплины вопросам.

При реализации различных видов учебной работы используются разнообразные (в т.ч. интерактивные) методы обучения, в частности:

- интерактивная доска для подготовки и проведения лекционных и семинарских занятий;
- мультимедийное и презентационное оборудование.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронной библиотекой ВУЗаhttp://library.rsue.ru/ . Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе вузовской библиотеки или воспользоваться читальными залами вуза.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Общие указания

Учебным планом специальности, предусматривается написание контрольной работы по дисциплине. Этот вид письменной работы выполняется каждый год, по темам выбранным самостоятельно. Перечень тем разрабатывается преподавателем и приведен в приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

Контрольная работа – самостоятельный труд студента, который способствует углублённому изучению пройденного материала.

Цель выполняемой работы:

- получить специальные знания по выбранной теме;

Основные задачи выполняемой работы:

1) закрепление полученных ранее теоретических знаний;
2) выработка навыков самостоятельной работы;
3) выяснение подготовленности студента к будущей практической работе;

Весь процесс написания контрольной работы можно условно разделить на следующие этапы:

а) выбор темы и составление предварительного плана работы;
б) сбор научной информации, изучение литературы;
в) анализ составных частей проблемы, изложение темы;
г) обработка материала в целом.

Тема контрольной работы выбирается студентом самостоятельно из предложенного списка тем.

Подготовку контрольной работы следует начинать с повторения соответствующего раздела учебника, учебных пособий по данной теме и конспектов лекций прочитанных ранее. Приступать к выполнению работы без изучения основных положений и понятий науки, не следует, так как в этом случае студент, как правило, плохо ориентируется в материале, не может отграничить смежные вопросы и сосредоточить внимание на основных, первостепенных проблемах рассматриваемой темы.

После выбора темы необходимо внимательно изучить методические рекомендации по подготовке контрольной работы, составить план работы, который должен включать основные вопросы, охватывающие в целом всю прорабатываемую тему.

Требования к содержанию контрольной работы

В содержании контрольной работы необходимо показать знание рекомендованной литературы по данной теме, но при этом следует правильно пользоваться первоисточниками, избегать чрезмерного цитирования. При использовании цитат необходимо указывать точные ссылки на используемый источник: указание автора (авторов), название работы, место и год издания, страницы.

В процессе работы над первоисточниками целесообразно делать записи, выписки абзацев, цитат, относящихся к избранной теме. При изучении специальной литературы (монографий, статей, рецензий и т.д.) важно обратить внимание на различные точки зрения авторов по исследуемому вопросу, на его приводимую аргументацию и выводы, которыми опровергаются иные концепции.

Кроме рекомендованной специальной литературы, можно использовать любую дополнительную литературу, которая необходима для раскрытия темы контрольной работы.

Структурно контрольная работа состоит только из нескольких вопросов, без глав. Она обязательно должна содержать теорию и практику рассматриваемой темы.

Порядок выполнения контрольной работы

Контрольная работа излагается логически последовательно, грамотно и разборчиво. Она обязательно должна иметь титульный лист. Он содержит название высшего учебного заведения, название темы, фамилию, инициалы, учёное звание и степень научного руководителя, фамилию, инициалы автора, номер группы.

На следующем листе приводится содержание контрольной работы. Оно включает в себя: введение, название вопросов, заключение, список литературы.

Введение должно быть кратким, не более 1 страницы. В нём необходимо отметить актуальность темы, предмет исследования, цель и задачи, которые ставятся в работе. Изложение каждого вопроса необходимо начать с написания заголовка, соответствующему оглавлению, который должен отражать содержание текста. Заголовки от текста следует отделять интервалами. Каждый заголовок обязательно должен предшествовать непосредственно своему тексту. В том случае, когда на очередной странице остаётся место только для заголовка и нет места ни для одной строчки текста, заголовок нужно писать на следующей странице.

Излагая вопрос, каждый новый смысловой абзац необходимо начать с красной строки. Закончить изложение вопроса следует выводом, итогом по содержанию данного раздела.

Изложение содержания всей контрольной работы должно быть завершено заключением, в котором необходимо дать выводы по написанию работы в целом.

Страницы контрольной работы должны иметь нумерацию (сквозной). Номер страницы ставится вверху в правом углу. На титульном листе номер страницы не ставится. Оптимальный объём контрольной работы 10-15 страниц машинописного текста (размер шрифта 12-14) через полуторный интервал на стандартных листах формата А-4, поля: верхнее –15 мм, нижнее –15мм, левое –25мм, правое –10мм.

В тексте контрольной работы не допускается произвольное сокращение слов (кроме общепринятых). По всем возникшим вопросам студенту следует обращаться за консультацией преподавателю. Срок выполнения контрольной работы определяется преподавателем и она должна быть сдана на проверку не позднее, чем за неделю до экзамена.

По результатам проверки контрольная работа оценивается на 2-5 баллов. В случае отрицательной оценки, студент должен ознакомиться с замечаниями и, устранив недостатки, повторно сдать работу на проверку.

Критерии оценки:

– оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно, а также максимально широко использует технические возможности программных продуктов и разнородные формы представления информации;

– оценка «хорошо», если обучающийся раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;

– оценка «удовлетворительно», если обучающийся обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;

– оценка «неудовлетворительно», если обучающийся не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.