

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 23.12.2024 11:34:13

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

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

УТВЕРЖДАЮ

Начальник

учебно-методического управления

Платонова Т.К.

«25» июня 2024 г.

Рабочая программа дисциплины
Конгрессно-выставочный бизнес

Направление 43.03.01 Сервис

Направленность 43.03.01.01 Управление в индустрии гостеприимства и туризма

Для набора 2024 года

Квалификация
Бакалавр

КАФЕДРА Антикризисное и корпоративное управление**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс	5		Итого	
	УП	РП		
Лекции	6	6	6	6
Практические	6	6	6	6
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	123	123	123	123
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	144	144	144	144

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 25.06.2024 г. протокол № 18.

Программу составил(и): к.э.н., доцент, Воловик М.Е.

Зав. кафедрой: к.э.н., доц. Синюк Т.Ю.

Методический совет направления: д.э.н., профессор Суржиков М.А.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	сформировать у обучающихся теоретические знания и практические навыки по подготовке и проведению выставки, ознакомить с общими законами организации деловых мероприятий и практическими технологиями управления event-процессами в ходе подготовки и проведения конгрессов, конференций, семинаров, круглых столов и т.д.
-----	---

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-5: Способность проводить анализ и комплексную оценку эффективности проектов в индустрии гостеприимства

ПК-1: Способность осуществлять подготовку маркетинговых материалов, проводить маркетинговый анализ, консультирование участников сервисной деятельности в рамках организации и развития проекта в индустрии гостеприимства

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:
- теоретические основы маркетинговой стратегии и технологии её реализации в конгрессно-выставочном бизнесе (соотнесено с индикатором ПК-1.1) - направления деятельности по совершенствованию управления проектами в сфере конгрессно-выставочного бизнеса (соотнесено с индикатором ПК-5.1)
Уметь:
- формировать маркетинговую стратегию, с учетом анализа потребительского рынка, конкурентов и внешней среды объектов, реализующих конгрессно-выставочную деятельность (соотнесено с индикатором ПК-1.2) - проводить исследования передового российского и зарубежного опыта применения технологий разработки и управления проектами в конгрессно-выставочном бизнесе (соотнесено с индикатором ПК-5.2)
Владеть:
- использовать инструменты маркетинговой стратегии в рамках проекта по продвижению конгрессно-выставочных мероприятий (соотнесено с индикатором ПК-1.3) - проектирования процесса организации и осуществления мероприятий в рамках конгрессно-выставочного бизнеса (соотнесено с индикатором ПК-5.3)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. «Организация участия предприятий в выставке»

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
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 /	5	2	ПК-5, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
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. / Ср /	5	7	ПК-5, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
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 / Ср /	5	7	ПК-5, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1
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	5	2	ПК-5, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1

	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 /				
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. / Ср /	5	7	ПК-5, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
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. / Ср /	5	7	ПК-5, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1
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 /	5	11	ПК-5, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
Раздел 2. «Организация работы конгрессно-выставочного центра»					
№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
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 застройочных модулей / Лек /	5	2	ПК-5, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
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. / Ср /	5	7	ПК-5, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
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. / Ср /	5	7	ПК-5, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1
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 /	5	2	ПК-5, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
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	5	7	ПК-5, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1

	оценить его удачность для решения задач выставки. Результаты оформить в портфолио. / Ср /				
2.6	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. / Ср /	5	7	ПК-5, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.7	Самостоятельное изучение отдельных вопросов теоретического курса: <ul style="list-style-type: none"> • 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 /	5	10	ПК-5, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1

Раздел 3. Организация деловой программы выставки - управление событийным проектом»

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
3.1	«Организация предварительных работ для подготовки мероприятия»: основные термины и понятия МICE-индустрии; классификация деловых мероприятий; организация управления рынком мероприятий на международном и национальном уровне; классификация мероприятий; проведение предварительных исследований и ознакомление с технологией подготовительных работ. / Лек /	5	2	ПК-5, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1
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. / Ср /	5	7	ПК-5, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1
3.3	«Финансовое управление мероприятиями» финансовая	5	7	ПК-5, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3,

	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» / Ср /				Л2.1
3.4	<p>Кейс «Портрет организации»: Агентство “Eventum”. Ознакомление студентов с портретом организации; мотивы деятельности агентства; особенности функционирования; классификационные характеристики мероприятий, проводимых отелем.</p> <p>«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.</p> <p>«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.</p>	5	2	ПК-5, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1
3.5	<p>Деловая игра «Презентация концепции мероприятия». Цели: научиться использовать творческие подходы по разработке и презентации концепции мероприятия. Оценка концепций командами.</p> <p>«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.</p> <p>Практическое занятие: «Технология работы на мероприятии» Цель: разработка алгоритмов проверки готовности и организация хода мероприятия.</p>	5	7	ПК-5, ПК-1	Л1.2, Л2.1
3.6	<p>«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.</p> <p>«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 нестандартных ситуациях (по вариантам).</p> <p>«Подведение итогов и оценка финансовой эффективности мероприятия» Цель: расчет точки самоокупаемости мероприятия. Оформление результатов в портфолио.</p>	5	7	ПК-5, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.7	<p>Темы и вопросы, определяемые преподавателем с учетом интересов студента</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 	5	8	ПК-5, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1

	<p>повышение экономической эффективности выставочных мероприятий.</p> <p>7. Клиентоориентированность и соблюдение культуры обслуживания.</p> <p>8. Методы формирования цены на услуги организаторов выставок.</p> <p>9. Управление персоналом в ходе подготовки и на мероприятии: возможности применения зарубежного опыта в российских агентствах.</p> <p>10. Аутсорсинг как принцип организации современного конгрессно-выставочного центра.</p> <p>11. Государственное регулирование и поддержка работы выставочного бизнеса: отечественный и зарубежный опыт, региональные особенности.</p> <p>12. Целевые комплексные программы развития выставочного бизнеса.</p> <p>13. Конгрессно-выставочные центры при развлекательных парках – ознакомительный обзор.</p> <p>/ Ср /</p>				
3.8	<p>Тематика презентационной работы</p> <p>1. Конгрессные мероприятия как один из основных сегментов деловых поездок.</p> <p>2. Анализ состояния и проблем развития рынка конгрессных мероприятий.</p> <p>3. Особенности рынка конгрессных мероприятий.</p> <p>4. Анализ развития мирового рынка конгрессных мероприятий.</p> <p>5. Современный рынок конгрессных мероприятий в России и перспективы его развития.</p> <p>6. Услуги MICE-индустрии как сфера удовлетворения человеческих потребностей.</p> <p>7. Управление паузами на мероприятии.</p> <p>8. Поддержание порядка и обеспечение безопасности персон и имущества на мероприятии.</p> <p>9. Методы анкетирования и правила разработки анкет.</p> <p>10. Специфика работы малых предприятий – организаторов мероприятий: место в отрасли, сравнение с крупными и средними предприятиями, формы государственной поддержки.</p> <p>11. Современные виды рекламы и методы повышения ее эффективности на деловых мероприятиях.</p> <p>12. Специфика работы отдела по организации конференций в гостинице.</p> <p>/ Ср /</p>	5	10	ПК-5, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1
3.9	/ Экзамен /	5	9	ПК-5, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. 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	32
Л1.2	Докашенко Л. В.	Экономика и организация конгрессно-выставочной деятельности: учебное пособие	Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2015	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438990 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.3	Докашенко, Л. В.	Экономика и организация конгрессно-выставочной деятельности: учебное пособие	Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015	https://www.iprbookshop.ru/54176.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.2. 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		Российское предпринимательство: всероссийский ежемесячный научно-практический журнал по экономике: журнал	Москва: Креативная экономика, 2011	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=138385 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС КонсультантПлюс

ИСС Гарант

База статистических данных Росстата <http://www.gks.ru/>

Ассоциация туроператоров России <https://www.atorus.ru>

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» <http://ecsocman.hse.ru><https://tourism.gov.ru/>

5.4. Перечень программного обеспечения

Операционная система РЕД ОС

Libre Office

5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;
- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор;
- экран / интерактивная доска.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

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

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК-1: Способность осуществлять подготовку маркетинговых материалов, проводить маркетинговый анализ, консультирование участников сервисной деятельности в рамках организации и развития проекта в индустрии гостеприимства			
З теоретические основы маркетинговой стратегии и технологии её реализации в конгрессно-выставочном бизнесе	поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов	полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям	<i>П-презентации (1-25) ВЭ (вопросы к экзамену 1-50)</i>
У формировать маркетинговую стратегию, с учетом анализа потребительского рынка, конкурентов и внешней среды объектов, реализующих конгрессно-выставочную деятельность	поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов	полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям	<i>ПЗ – практические задания (1-4) П – презентации (1-25) ВЭ (вопросы к экзамену 1-50)</i>
В использовать инструменты маркетинговой стратегии в рамках проекта по продвижению конгрессно-	поиск и сбор необходимой литературы, использование	полнота и содержательность ответа; умение приводить	<i>К – кейсовое задание</i>

выставочных мероприятий	различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов	примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям	<i>ПЗ – практические задания (1-4) ВЭ (вопросы к экзамену 1-50)</i>
ПК-5: Способность проводить анализ и комплексную оценку эффективности проектов в индустрии гостеприимства			
3 направления деятельности по совершенствованию управления проектами в сфере конгрессно-выставочного бизнеса	поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов	полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям	<i>П- презентации (1-25) ВЭ (вопросы к экзамену 1-50)</i>
У проводить исследования передового российского и зарубежного опыта применения технологий разработки и управления проектами в конгрессно-выставочном бизнесе	поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов	полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям	<i>ПЗ – практические задания (1-4) П – презентации (1-25) ВЭ (вопросы к экзамену 1-50)</i>
В проектирования процесса организации и осуществления мероприятий в рамках конгрессно-выставочного бизнеса	поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных	полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной	<i>К – кейсовое задание ПЗ – практические задания (1-4) ВЭ (вопросы к экзамену 1-50)</i>

	информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов	литературой при подготовке к занятиям	
--	--	---------------------------------------	--

1.2 Шкалы оценивания:

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

Экзамен:

- 84-100 баллов (оценка «отлично»)
- 67-83 баллов (оценка «хорошо»)
- 50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»)
- 0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»).

2 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

Вопросы к экзамену

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 специальных 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 застройки 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 нестандартных 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.

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.

Практическое задание № 1

«Посещение выставки по выбору студентов»

Описание задания:

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	Примечания
1						
...						
10						

Критерии оценки:

15-20 баллов, если принимает активное участие в работе группы, предлагает собственные варианты решения проблемы, выступает от имени группы с рекомендациями по рассматриваемой проблеме либо дополняет ответчика; демонстрирует предварительную информационную готовность в игре

10-14 баллов, если принимает активное участие в работе группы, участвует в обсуждениях, высказывает типовые рекомендации по рассматриваемой проблеме, готовит возражения оппонентам, однако сам не выступает и не дополняет ответчика; демонстрирует информационную готовность к игре

5-9 баллов, если принимает участие в обсуждении, однако собственной точки зрения не высказывает, не может сформулировать ответов на возражения оппонентов, не выступает от имени рабочей группы и не дополняет ответчика; демонстрирует слабую информационную подготовленность к игре

0-4 баллов, если не принимает участия в работе группы, не высказывает никаких суждений, не выступает от имени группы; демонстрирует полную неосведомленность по сути изучаемой проблемы.

Практическое задание № 2

Разработка сценарного плана делового мероприятия

Описание задания:

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 нестандартных 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.

Требования к оформлению задания:

«Портфолио поставщиков и партнеров». Цель: освоить методы выбора поставщиков и оформить портфолио возможных подрядчиков РО по участию предприятия в выставке.

Критерии оценки:

15-20 баллов, если принимает активное участие в работе группы, предлагает собственные варианты решения проблемы, выступает от имени группы с рекомендациями по рассматриваемой проблеме либо дополняет ответчика; демонстрирует предварительную информационную готовность в игре

10-14 баллов, если принимает активное участие в работе группы, участвует в обсуждениях, высказывает типовые рекомендации по рассматриваемой проблеме, готовит возражения оппонентам, однако сам не выступает и не дополняет ответчика; демонстрирует информационную готовность к игре

5-9 баллов, если принимает участие в обсуждении, однако собственной точки зрения не высказывает, не может сформулировать ответов на возражения оппонентов, не выступает от имени рабочей группы и не дополняет ответчика; демонстрирует слабую информационную подготовленность к игре

0-4 баллов, если не принимает участия в работе группы, не высказывает никаких суждений, не выступает от имени группы; демонстрирует полную неосведомленность по сути изучаемой проблемы.

Практическое задание № 3

Вы являетесь небольшим предприятием, выпускающим молодежные платья уникального дизайна. Ваша продукция пользуется спросом в ряде городов Подмосковья и Вы планируете выйти на столичный рынок. Ваша проблема — невысокая маржинальность товара. Представьте и обоснуйте выставочную программу Вашей фирмы на ближайший год.

Критерии оценивания:

- «9-10 баллов» выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;
- «6-8 баллов», если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;
- «3-5 балла», если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;
- «0-2 балла», если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

Практическое задание № 4

Вы — небольшая фирма, объединяющая несколько ремесленных мастерских, выпускающих сувениры и игрушки из дерева и глины. У Вас есть представительство и склад в г. Санкт-Петербурге. Ваша среднесрочная цель — увеличение продаж в 2 раза. Ваша проблема — низкое число каналов сбыта. Представьте и обоснуйте выставочную программу Вашей фирмы на ближайший год.

Критерии оценивания:

- «9-10 баллов» выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;
- «6-8 баллов», если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;
- «3-5 балла», если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог

конкретизировать основные компоненты;

- «0-2 балла», если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

Кейсовое задание

Самостоятельно разработать выставочный проект (по выбору студента) и оформить его в виде портфолио мероприятия

Описание задания:

- 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:

Результаты этапов проекта студенты представляют в виде презентации

Критерии оценки:

15-20 баллов, если принимает активное участие в работе группы, предлагает собственные варианты решения проблемы, выступает от имени группы с рекомендациями по рассматриваемой проблеме либо дополняет ответчика; демонстрирует предварительную информационную готовность в игре

10-14 баллов, если принимает активное участие в работе группы, участвует в обсуждениях, высказывает типовые рекомендации по рассматриваемой проблеме, готовит возражения оппонентам, однако сам не выступает и не дополняет ответчика; демонстрирует информационную готовность к игре

5-9 баллов, если принимает участие в обсуждении, однако собственной точки зрения не высказывает, не может сформулировать ответов на возражения оппонентов, не выступает от имени рабочей группы и не дополняет ответчика; демонстрирует слабую информационную подготовленность к игре

0-4 баллов, если не принимает участия в работе группы, не высказывает никаких суждений, не выступает от имени группы; демонстрирует полную неосведомленность по сути изучаемой проблемы.

Темы презентаций

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 формирования 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.
14. Конгрессные мероприятия как один из основных сегментов деловых поездок.
15. Анализ состояния и проблем развития рынка конгрессных мероприятий.
16. Особенности рынка конгрессных мероприятий.
17. Анализ развития мирового рынка конгрессных мероприятий.
18. Современный рынок конгрессных мероприятий в России и перспективы его развития.
19. Услуги MICE-индустрии как сфера удовлетворения человеческих потребностей.
20. Управление паузами на мероприятии.
21. Поддержание порядка и обеспечение безопасности персон и имущества на мероприятии.
22. Методы анкетирования и правила разработки анкет.
23. Специфика работы малых предприятий – организаторов мероприятий: место в отрасли, сравнение с крупными и средними предприятиями, формы государственной поддержки.
24. Современные виды рекламы и методы повышения ее эффективности на деловых мероприятиях.
25. Специфика работы отдела по организации конференций в гостинице.

Критерии оценки:

15-20 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;

10-14 баллов, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;

5-9 баллов, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;

0-4 баллов, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

3 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. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

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

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются темы представленных разделов, 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, структурирующие изучаемые темы курса, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить доклад и презентацию 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. 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.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.