

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Усынин Максим Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 28.04.2025 14:44:10  
Уникальный программный ключ:  
f498e59e83f65dd7c3ce7bb8a25cbbabb33ebc58

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»  
(ЧОУВО МИДиС)**

**Кафедра гостеприимства и международных бизнес-коммуникаций**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
ТЕХНОЛОГИИ И ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис

Направленность (профиль): Продюсирование и маркетинг мероприятий

Квалификация выпускника: Бакалавр

Форма обучения: очная

Год набора - 2025

Челябинск 2025

Рабочая программа дисциплины Технологии и организация выставочно-ярмарочной деятельности разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.03.01 Сервис (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017 г. № 514).

Автор-составитель: Айхель К.В.

Рабочая программа утверждена и одобрена на заседании кафедры гостеприимства и международных бизнес-коммуникаций.  
Протокол № 09 от 28.04.2025 г.

Заведующий кафедрой гостеприимства  
и международных бизнес-коммуникаций,  
кандидат педагогических наук, доцент

М.В. Василиженко

## СОДЕРЖАНИЕ

|                                                                                                                                                                                                                                                     |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Наименование дисциплины (модуля), цели и задачи освоения дисциплины (модуля).....                                                                                                                                                                | 4  |
| 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы .....                                                                                              | 4  |
| 3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.....                                                                                                                                                                             | 5  |
| 4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....                    | 5  |
| 5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий .....                                                                                | 6  |
| 6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) .....                                                                                                         | 15 |
| 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля) .....                                                                                                                                        | 15 |
| 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) .....                                                                                                                         | 16 |
| 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....                                                                                                                                                                       | 16 |
| 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем..... | 17 |
| 11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) .....                                                                                                                              | 18 |

# 1. НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

## 1.1. Наименование дисциплины

Технологии и организация выставочно-ярмарочной деятельности

## 1.2. Цель дисциплины

Формирование у студентов теоретического понимания технологии специализированной деятельности по организации выставочно-ярмарочных мероприятий разного назначения, а также практических навыков осуществления данного вида деятельности.

## 1.3. Задачи дисциплины

В ходе освоения дисциплины студент должен решать такие задачи как:

- формирование у студентов представления о теории и практике выставочной деятельности;
- формирование у студентов представления о наиболее актуальных сторонах выставочно-ярмарочной деятельности и торгово-промышленных выставках; их инфраструктуре;
- ознакомление с технологиями организации, финансирования и рекламно-информационного сопровождения выставок;
- формирование представления о художественных средствах оформления выставок, общих принципах и методах построения экспозиций;
- предоставление возможности овладения практическими навыками в сфере выставочно-ярмарочной деятельности и организации торгово-промышленных выставок

# 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины «Технологии и организация выставочно-ярмарочной деятельности» направлен на формирование следующих компетенций:

| Код и наименование компетенций выпускника                                                                                                                                                                                     | Код и наименование индикатора достижения компетенций                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-1. Способен осуществлять маркетинговый анализ эффективного развития проектов в области торгово-промышленных выставок, сервиса, а также продвижение товаров и услуг в сети Интернет на национальном и международном уровнях | ПК-1.1 Осуществляет мониторинг развития отраслей, связанных с тематикой торгово-промышленных выставок и событийных мероприятий                                                                                  |
|                                                                                                                                                                                                                               | ПК-1.2 Умеет формировать концепцию торгово-промышленных выставок и событийных мероприятий, выбирать методы и инструменты продвижения продуктов в сети Интернет                                                  |
|                                                                                                                                                                                                                               | ПК-1.3 Применяет методы анализа маркетинговой информации, организации деловых мероприятий, связанных с тематикой торгово-промышленных выставок и событийных мероприятий на национальном и международном уровнях |
| ПК-4. Способен осуществлять координацию плана реализации конгрессного мероприятия                                                                                                                                             | ПК-4.1 Осуществляет контроль выполнения плана реализации конгрессного мероприятия, выполнения работ в соответствии с заключенными договорами и соглашениями                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                               | ПК-4.2 Формирует команду реализации конгрессного мероприятия, распределяет задачи и обязанности участников команды в условиях проведения конгрессного мероприятия                                               |

|                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                             | ПК-4.3 Владеет навыками урегулирования споров и разногласий, возникающих в ходе выполнения работ по заключенным договорам и соглашениям, а также методами решения конфликтных ситуаций, возникающими в ходе проведения конгрессного мероприятия |
| ПК-6. Способен осуществлять операционную деятельность по оказанию конгрессно-выставочных и событийных услуг | ПК-6.1 Определяет технологии планирования, подготовки и организации конгрессно-выставочного мероприятия, порядок и особенности взаимодействия различных субъектов рынка конгрессно-выставочных услуг                                            |
|                                                                                                             | ПК-6.2 Проводит консультирование участников конгрессно-выставочных мероприятий по вопросам оптимальной организации их участия                                                                                                                   |
|                                                                                                             | ПК-6.3 Проводит протокольные мероприятия на проекте; осуществляет коммуникацию с разными типами клиентов, определяет запросы потенциального клиента, работает с возражениями и разногласиями                                                    |

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

Учебная дисциплина Технологии и организация выставочно-ярмарочной деятельности относится к дисциплине части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, направленность (профиль) Продюсирование и маркетинг мероприятий

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

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 академических часа. Дисциплина изучается на 3 курсе 5, 6, семестр, на 4 курсе 7 семестр.

#### Состав и объем дисциплины и виды учебных занятий

| Вид учебной работы                      | Всего      | Разделение по семестрам |           |            |
|-----------------------------------------|------------|-------------------------|-----------|------------|
|                                         |            | 5                       | 6         | 7          |
| Общая трудоемкость, ЗЕТ                 | 7          | 2                       | 1         | 4          |
| Общая трудоемкость, час.                | <b>252</b> | <b>72</b>               | <b>36</b> | <b>144</b> |
| Аудиторные занятия, час.                | <b>158</b> | 68                      | 26        | 64         |
| Лекции, час.                            | <b>80</b>  | 34                      | 14        | 32         |
| Практические занятия, час.              | <b>78</b>  | 34                      | 12        | 32         |
| Самостоятельная работа                  | <b>67</b>  | 4                       | 10        | 53         |
| Курсовой проект (работа)                | +          |                         |           | +          |
| Контроль                                | <b>27</b>  |                         |           | <b>27</b>  |
| Вид итогового контроля (зачет, экзамен) | экзамен    |                         |           | экзамен    |

## **5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ**

### **5.1. Содержание дисциплины**

**Тема 1.** Выставка как инструмент маркетинговых коммуникаций.

Реклама, связи с общественностью, личные продажи в комплексе маркетинговых коммуникаций экспобизнеса. Мероприятия по стимулированию сбыта выставочных услуг. Каналы сбыта услуг. Сущность прямого маркетинга выставочных услуг. Tele, e-mail, fax-mail, s-mail - маркетинг.

**Тема 2.** Рынки выставок: цифры, факты, характеристики, тренды.

Выставочные рынки по экономико-географическим регионам мира. Годовая производительность выставочных рынков. Ранжирование проводимых в разных регионах мира выставок. Глобальный выставочный рынок и финансовые показатели, и прогноз развития ключевых игроков. Российский выставочный рынок в числовых и практических показателях. Ранжирование российских выставок. Средний уровень концентрации организаторов выставок на рынке. Ослабление позиций иностранных организаторов выставок в России.

**Тема 3.** Материально-техническая база экспобизнеса.

Выставочная недвижимость. Выставочные площадки России и мира. Выставочные площадки России. Неспециализированные многофункциональные здания, используемые для проведения выставок и ярмарок. Их характеристики и требования к ним. Выставочные сооружения в странах ближнего зарубежья. Экспозиционные площадки и выставочно-ярмарочная деятельность в Республике Беларусь. Выставочные центры Европы.

**Тема 4.** Качество выставочных услуг.

Определение качества выставочных услуг. Основные направления обеспечения качества. Понятие качества выставочных услуг. Сущность качества выставочных услуг. Меры и мотивы стабилизации качества выставочных услуг. Ожидаемое и воспринятое качество выставочных услуг. Подходы к оценке качества экспоуслуг. Способы оценки качества. Элементы качества. Определяющее влияние выставочного персонала на качество экспоуслуг.

**Тема 5.** Государственный контроль и содействие выставочно-ярмарочной деятельности. Институты государственной поддержки и система патроната выставочно-ярмарочной деятельности. Различные подходы к регулированию выставочных рынков за рубежом. Общеввропейский выставочный рынок. Общая координация и формы поддержки выставочно-ярмарочной деятельности государством в России. Организационная, информационная, финансовая поддержка. Российские государственные программы помощи выставочно-ярмарочной деятельности.

**Тема 6.** Концепция и анализ коммерческой состоятельности проекта.

Идея выставки. Название выставки. Тип выставки. Классификация выставок по отраслям экономики. Маркетинговый анализ отраслевого рынка. Анализ конкурентной выставочной среды. Определение сильных и слабых сторон выставочного проекта, его перспектив и угроз. Концепция выставочного проекта.

**Тема 7.** Сбор и анализ статистических данных выставки.

Выставка как инструмент исследования рынка и потребительских предпочтений.

Значение выставочной статистики. Процедура сбора и анализа статистических данных выставки. Количественные данные. Качественные данные. Интерпретация результатов. Организация и проведение аудита выставочной статистики.

**Тема 8.** Как сделать участие экспонента в выставке эффективным.

Издержки в связи с участием в выставке. Цена за участие в выставке. Структура цены. Ценовая эластичность спроса на участие в выставке. Ценовая стратегия. Ценовые стратегии организаторов. Факторы и условия образования цен на участие в выставке. Варианты

выполнения, дизайна и оборудования стенда. Организация пространства и функциональные зоны стенда. Искусство представления продукта на стенде.

**Тема 9.** Работа выставки-ярмарки - коммуникация с посетителем.

Проекты B2B, B2C. Целевые группы посетителей. Общение с представителями средств массовой информации. Периодическая проверка работы стенда. Типы посетителей выставки. Посетитель - коммерсант, посетитель - специалист. Случайный посетитель. Техника посещения мероприятий. Техника осуществления стратегического подхода. Активная коммуникация.

**Тема 10.** Проведение протокольных мероприятий на выставке-ярмарке.

Обеспечение безопасности проводимого мероприятия. Особенности организации протокольных мероприятий. Получение информации, составление плана, подготовительный период, материально-техническое обеспечение, время проведения. Специализация охранных структур на осуществление мер безопасности на массовых мероприятиях. Привлечение государственных правоохранительных органов. Планирование мероприятий по обеспечению безопасности.

## 5.2. Тематический план

| Номера и наименование разделов и тем                                             | Количество часов   |                        |                    |        |                      |          |
|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------|------------------------|--------------------|--------|----------------------|----------|
|                                                                                  | Общая трудоёмкость | из них                 |                    |        |                      |          |
|                                                                                  |                    | Самостоятельная работа | Аудиторные занятия | из них |                      |          |
|                                                                                  |                    |                        |                    | Лекции | Практические занятия | Контроль |
| 5 семестр                                                                        |                    |                        |                    |        |                      |          |
| Тема 1. Выставка как инструмент маркетинговых коммуникаций.                      | 20                 | 4                      | 16                 | 8      | 8                    |          |
| Тема 2. Рынки выставок: цифры, факты, характеристики, тренды.                    | 16                 | -                      | 16                 | 8      | 8                    |          |
| Тема 3. Материально-техническая база экспобизнеса.                               | 18                 | -                      | 18                 | 9      | 9                    |          |
| Тема 4. Качество выставочных услуг.                                              | 18                 | -                      | 18                 | 9      | 9                    |          |
| Итого изучено за 5 семестр                                                       | 72                 | 4                      | 68                 | 34     | 34                   |          |
| ЗЕТ                                                                              | 2                  |                        |                    |        |                      |          |
| 6 семестр                                                                        |                    |                        |                    |        |                      |          |
| Тема 5. Государственный контроль и содействие выставочно-ярмарочной деятельности | 19                 | 6                      | 13                 | 7      | 6                    |          |
| Тема 6. Концепция и анализ коммерческой состоятельности проекта                  | 17                 | 4                      | 13                 | 7      | 6                    |          |
| Итого изучено за 6 семестр                                                       | 36                 | 10                     | 26                 | 14     | 12                   |          |
| ЗЕТ                                                                              | 1                  |                        |                    |        |                      |          |

| 7 семестр                                                                |            |           |            |           |           |           |
|--------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|
| <b>Тема 7.</b> Сбор и анализ статистических данных выставки              | 21         | 5         | 16         | 8         | 8         |           |
| <b>Тема 8.</b> Как сделать участие экспонента в выставке эффективным     | 20         | 4         | 16         | 8         | 8         |           |
| <b>Тема 9.</b> Работа выставки-ярмарки - коммуникация с посетителем      | 20         | 4         | 16         | 8         | 8         |           |
| <b>Тема 10.</b> Проведение протокольных мероприятий на выставке-ярмарке. | 20         | 4         | 16         | 8         | 8         |           |
| <b>Курсовой проект (работа)</b>                                          | <b>36</b>  | <b>36</b> |            |           |           |           |
| <b>Контроль</b>                                                          | <b>27</b>  |           |            |           |           | 27        |
| <b>Итого изучено за 7 семестр</b>                                        | <b>144</b> | <b>53</b> | <b>64</b>  | <b>32</b> | <b>32</b> | <b>27</b> |
| <b>Экзамен</b>                                                           |            |           |            |           |           |           |
| <b>ЗЕТ</b>                                                               | <b>4</b>   |           |            |           |           |           |
| <b>Итого по дисциплине</b>                                               | <b>252</b> | <b>67</b> | <b>158</b> | <b>80</b> | <b>78</b> | <b>27</b> |
| <b>Всего зачетных единиц</b>                                             | <b>7</b>   |           |            |           |           |           |

### 5.3. Лекционные занятия

| Тема                                                                    | Содержание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | час. | Формируемые компетенции |
|-------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------------------------|
| 5 семестр                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |      |                         |
| <b>Тема 1.</b><br>Выставка как инструмент маркетинговых коммуникаций.   | 1. Основные понятия и определения.<br>2. Роль выставок в маркетинге.<br>3. Мероприятия по стимулированию сбыта выставочных услуг. Каналы сбыта услуг.<br>4. Сущность прямого маркетинга выставочных услуг.                                                                                                                   | 8    | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6    |
| <b>Тема 2.</b><br>Рынки выставок: цифры, факты, характеристики, тренды. | 1. Общие характеристики рынка выставок.<br>2. Цифры и факты. Объемы мирового рынка выставок в денежном выражении.<br>3. Тренды в выставочной индустрии. Влияние цифровизации на рынок выставок.<br>4. Характеристика российского выставочного рынка в числовых и практических показателях. Ранжирование российских выставок. | 8    | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6    |
| <b>Тема 3.</b><br>Материально-техническая база экспобизнеса.            | 1. Выставочная недвижимость. Характеристика.<br>2. Неспециализированные многофункциональные здания, используемые для проведения выставок и ярмарок. Их характеристики и требования к ним.<br>3. Выставочные сооружения в странах ближнего зарубежья.<br>4. Выставочные сооружения в Европе.                                  | 9    | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6    |
| <b>Тема 4.</b><br>Качество выставочных услуг.                           | 1. Определение качества выставочных услуг. Основные направления обеспечения качества. 2. Понятие качества выставочных                                                                                                                                                                                                        | 9    | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6    |



|                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |   |                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|----------------------|
|                                                                                            | <p>услуг. Сущность качества выставочных услуг.</p> <p>3. Ожидаемое и воспринятое качество выставочных услуг. Подходы к оценке качества экспоуслуг. Способы оценки качества.</p> <p>4. Определяющее влияние выставочного персонала на качество экспоуслуг.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |   |                      |
| <b>6 семестр</b>                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |   |                      |
| <b>Тема 5.</b><br>Государственный контроль и содействие выставочно-ярмарочной деятельности | <p>1. Правовые и организационные аспекты. Государственный контроль и содействие выставочно-ярмарочной деятельности. Институты государственной поддержки и система патроната выставочно-ярмарочной деятельности.</p> <p>2. Различные подходы к регулированию выставочных рынков за рубежом. Общеввропейский выставочный рынок.</p> <p>3. Общая координация и формы поддержки выставочно-ярмарочной деятельности государством в России. Организационная, информационная, финансовая поддержка. Российские государственные программы помощи выставочно-ярмарочной деятельности.</p> | 7 | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6 |
| <b>Тема 6.</b><br>Концепция и анализ коммерческой состоятельности проекта                  | <p>1. Идея выставки. Название выставки. Тип выставки.</p> <p>2. Классификация выставок по отраслям экономики. Маркетинговый анализ отраслевого рынка. Анализ конкурентной выставочной среды.</p> <p>3. Определение сильных и слабых сторон выставочного проекта, его перспектив и угроз. Концепция выставочного проекта.</p>                                                                                                                                                                                                                                                     | 7 | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6 |
| <b>7 семестр</b>                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |   |                      |
| <b>Тема 7.</b> Сбор и анализ статистических данных выставки                                | <p>1.Выставка как инструмент исследования рынка и потребительских предпочтений.</p> <p>2.Значение выставочной статистики. Процедура сбора и анализа статистических данных выставки.</p> <p>3.Количественные данные. Качественные данные. Интерпретация результатов.</p> <p>4.Организация и проведение аудита выставочной статистики.</p>                                                                                                                                                                                                                                         | 8 | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6 |
| <b>Тема 8.</b> Как сделать участие экспонента в выставке эффективным                       | <p>1.Издержки в связи с участием в выставке. Цена за участие в выставке. Структура цены. 2.Ценовая эластичность спроса на участие в выставке. Ценовая стратегия. Ценовые стратегии организаторов.</p> <p>3.Факторы и условия образования цен на участие в выставке. Варианты выполнения, дизайна и оборудования стенда.</p>                                                                                                                                                                                                                                                      | 8 | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6 |

|                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |           |                      |
|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------------|
|                                                                          | 4. Организация пространства и функциональные зоны стенда. Искусство представления продукта на стенде.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |           |                      |
| <b>Тема 9.</b> Работа выставки-ярмарки - коммуникация с посетителем      | 1. Классификация выставок. Работа выставки-ярмарки - коммуникация с посетителем.<br>2. Особенности B2B, B2C выставок. Целевые группы посетителей. Общение с представителями средств массовой информации. Периодическая проверка работы стенда.<br>3. Типы посетителей выставки. Посетитель - коммерсант, посетитель - специалист. Случайный посетитель.<br>4. Техника посещения мероприятий. Техника осуществления стратегического подхода. Активная коммуникация.                                                  | 8         | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6 |
| <b>Тема 10.</b> Проведение протокольных мероприятий на выставке-ярмарке. | 1. Проведение протокольных мероприятий на выставке-ярмарке. Обеспечение безопасности проводимого мероприятия. Особенности организации протокольных мероприятий.<br>2. Получение информации, составление плана, подготовительный период, материально-техническое обеспечение, время проведения.<br>3. Специализация охранных структур на осуществление мер безопасности на массовых мероприятиях.<br>4. Привлечение государственных правоохранительных органов. Планирование мероприятий по обеспечению безопасности | 8         | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6 |
| <b>Итого:</b>                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>80</b> |                      |

### 5.3. Практические занятия

| Тема                                                               | Содержание                                                                                                                                                                                                                               | час. | Формируемые компетенции | Методы и формы контроля формируемых компетенций |
|--------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------------------------|-------------------------------------------------|
| <b>5 семестр</b>                                                   |                                                                                                                                                                                                                                          |      |                         |                                                 |
| <b>Тема 1.</b> Выставка как инструмент маркетинговых коммуникаций. | Реклама, связи с общественностью, личные продажи в комплексе маркетинговых коммуникаций экспобизнеса. Мероприятия по стимулированию сбыта выставочных услуг. Каналы сбыта услуг. Сущность прямого маркетинга выставочных услуг. Tele, e- | 8    | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6    | Устный опрос по вопросам семинара. Презентация. |

|                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |   |                      |                                                  |
|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|----------------------|--------------------------------------------------|
|                                                                      | mail, fax-mail, s-mail - маркетинг.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |   |                      |                                                  |
| <b>Тема 2.</b> Рынки выставок: цифры, факты, характеристики, тренды. | Выставочные рынки по экономико-географическим регионам мира. Ранжирование проводимых в разных регионах мира выставок. Глобальный выставочный рынок. Российский выставочный рынок. Ранжирование российских выставок. Средний уровень концентрации организаторов выставок на рынке. Ослабление позиций иностранных организаторов выставок в России.                                          | 8 | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6 | Устный опрос по вопросам семинара. Презентация.  |
| <b>Тема 3.</b> Материально-техническая база экспобизнеса.            | Выставочные площадки России и мира. Выставочные площадки России. Неспециализированные многофункциональные здания, используемые для проведения выставок и ярмарок. Их характеристики и требования к ним. Выставочные сооружения в странах ближнего зарубежья. Экспозиционные площадки и выставочно-ярмарочная деятельность в Республике Беларусь. Выставочные центры Европы.                | 9 | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6 | Устный опрос по вопросам семинара. Презентация.  |
| <b>Тема 4.</b> Качество выставочных услуг.                           | Понятие качества выставочных услуг. Определение качества выставочных услуг. Основные направления обеспечения качества. Сущность качества выставочных услуг. Меры и мотивы стабилизации качества выставочных услуг. Ожидаемое и воспринятое качество выставочных услуг. Подходы к оценке качества экспоуслуг. Способы оценки качества. Элементы качества. Определяющее влияние выставочного | 9 | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6 | Устный опрос по вопросам семинара. Тестирование. |

|                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |   |                      |                                                  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|----------------------|--------------------------------------------------|
|                                                                                            | персонала на качество экспоуслуг.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |   |                      |                                                  |
| <b>6 семестр</b>                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |   |                      |                                                  |
| <b>Тема 5.</b><br>Государственный контроль и содействие выставочно-ярмарочной деятельности | Институты государственной поддержки и система патроната выставочно-ярмарочной деятельности. Общеввропейский выставочный рынок. Общая координация и формы поддержки выставочно-ярмарочной деятельности государством в России. Организационная, информационная, финансовая поддержка. Российские государственные программы помощи выставочно-ярмарочной деятельности. | 6 | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6 | Устный опрос по вопросам семинара. Презентация.  |
| <b>Тема 6.</b><br>Концепция и анализ коммерческой состоятельности проекта                  | Идея выставки. Название выставки. Тип выставки. Классификация выставок по отраслям экономики. Маркетинговый анализ отраслевого рынка. Анализ конкурентной выставочной среды. Определение сильных и слабых сторон выставочного проекта, его перспектив и угроз. Концепция выставочного проекта.                                                                      | 6 | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6 | Устный опрос по вопросам семинара. Тестирование. |
| <b>7 семестр</b>                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |   |                      |                                                  |
| <b>Тема 7.</b> Сбор и анализ статистических данных выставки                                | Выставка как инструмент исследования рынка и потребительских предпочтений. Значение выставочной статистики. Процедура сбора и анализа статистических данных выставки. Количественные данные. Качественные данные. Интерпретация результатов. Организация и проведение аудита выставочной статистики.                                                                | 8 | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6 | Устный опрос по вопросам семинара. Презентация.  |
| <b>Тема 8.</b> Как сделать участие экспонента в выставке эффективным                       | Издержки в связи с участием в выставке. Цена за участие в выставке. Структура цены. Ценовая эластичность спроса на участие в выставке.                                                                                                                                                                                                                              | 8 | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6 | Устный опрос по вопросам семинара. Презентация.  |

|                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |           |                      |                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------------|-----------------------------------------------------------|
|                                                                          | Ценовая стратегия. Ценовые стратегии организаторов. Факторы и условия образования цен на участие в выставке. Варианты выполнения, дизайна и оборудования стенда. Организация пространства и функциональные зоны стенда. Искусство представления продукта на стенде.                                                                                                                                                                    |           |                      |                                                           |
| <b>Тема 9.</b> Работа выставки-ярмарки - коммуникация с посетителем      | Проекты B2B, B2C. Целевые группы посетителей. Общение с представителями средств массовой информации. Периодическая проверка работы стенда. Типы посетителей выставки. Посетитель - коммерсант, посетитель - специалист. Случайный посетитель. Техника посещения мероприятий. Техника осуществления стратегического подхода. Активная коммуникация.                                                                                     | 8         | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6 | Устный опрос по вопросам семинара. Презентация.           |
| <b>Тема 10.</b> Проведение протокольных мероприятий на выставке-ярмарке. | Обеспечение безопасности проводимого мероприятия. Особенности организации протокольных мероприятий. Получение информации, составление плана, подготовительный период, материально-техническое обеспечение, время проведения. Специализация охранных структур на осуществление мер безопасности на массовых мероприятиях. Привлечение государственных правоохранительных органов. Планирование мероприятий по обеспечению безопасности. | 8         | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6 | Устный опрос по вопросам семинара. Итоговое тестирование. |
| <b>Итого:</b>                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>78</b> |                      |                                                           |

#### 5.4. Самостоятельная работа обучающихся

| Тема                                                                                       | Виды самостоятельной работы                                                                                                                                                      | часы | Формируемые компетенции | Методы и формы контроля формируемых компетенций       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------------------------|-------------------------------------------------------|
| <b>5 семестр</b>                                                                           |                                                                                                                                                                                  |      |                         |                                                       |
| <b>Тема 1.</b><br>Выставка как инструмент маркетинговых коммуникаций.                      | Подготовка вопросов семинара на основе изучения лекционного материала по теме, основной и дополнительной литературы. Подготовка к защите презентации. Подготовка к тестированию. | 4    | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6    | Устный ответ.<br>Защита презентации.<br>Тестирование. |
| <b>6 семестр</b>                                                                           |                                                                                                                                                                                  |      |                         |                                                       |
| <b>Тема 5.</b><br>Государственный контроль и содействие выставочно-ярмарочной деятельности | Подготовка вопросов семинара на основе изучения лекционного материала по теме, основной и дополнительной литературы. Подготовка к защите презентации.                            | 6    | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6    | Устный ответ.<br>Защита презентации.                  |
| <b>Тема 6.</b><br>Концепция и анализ коммерческой состоятельности и проекта                | Подготовка вопросов семинара на основе изучения лекционного материала по теме, основной и дополнительной литературы. Подготовка к тестированию.                                  | 4    | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6    | Устный ответ.<br>Защита презентации.<br>Тестирование. |
| <b>7 семестр</b>                                                                           |                                                                                                                                                                                  |      |                         |                                                       |
| <b>Тема 7.</b> Сбор и анализ статистических данных выставки                                | Подготовка вопросов семинара на основе изучения лекционного материала по теме, основной и дополнительной литературы. Подготовка к защите презентации.                            | 5    | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6    | Устный ответ.<br>Защита презентации.                  |
| <b>Тема 8.</b> Как сделать участие экспонента в выставке эффективным                       | Подготовка вопросов семинара на основе изучения лекционного материала по теме, основной и дополнительной литературы. Подготовка к защите презентации.                            | 4    | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6    | Устный ответ.<br>Защита презентации.                  |
| <b>Тема 9.</b> Работа выставки-ярмарки - коммуникация с посетителем                        | Подготовка вопросов семинара на основе изучения лекционного материала по теме, основной и дополнительной литературы. Подготовка к защите презентации.                            | 4    | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6    | Устный ответ.<br>Защита презентации.                  |

|                                                                                          |                                                                                                                                                                                              |    |                      |                                                                                                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Тема 10.</b><br>Проведение<br>протокольных<br>мероприятий<br>на выставке-<br>ярмарке. | Подготовка вопросов семинара на основе изучения лекционного материала по теме, основной и дополнительной литературы. Подготовка к итоговому тестированию.                                    | 4  | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6 | Устный ответ.<br>Итоговое<br>тестирование.                                                                                                                 |
| <b>Курсовая<br/>работа</b>                                                               | Определение тематики курсовой работы.<br>Составление плана курсовой работы.<br>Подбор литературы по теме курсовой работы.<br>Написание текста курсовой работы.<br>Оформление курсовой работы | 36 | ПК-1<br>ПК-4<br>ПК-6 | - проверка этапов работы над курсовой работой;<br>- проверка соответствия структуры, содержания и оформления курсовой работы;<br>- защита курсовой работы. |

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

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (далее – ФОС) по дисциплине «Технологии и организация выставочно-ярмарочной деятельности» представлен отдельным документом и является частью рабочей программы.

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

### **Печатные издания:**

1. Дизайн выставок: практическое руководство / Я. Лоренц, Л. Сколник, К. Бергер; пер. с англ. - М.: АСТ, 2020. - 256с.: ил.

### **Электронные издания (электронные ресурсы)**

1. Комарова Л.К. Основы выставочной деятельности: учебное пособие для вузов / Л.К. Комарова; ответственный редактор В.П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2023. — 194 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513640> (дата обращения: 24.04.2025).

2. Сологубова Г.С. Технология выставочной деятельности: учебник / Г.С. Сологубова. — Москва: Юрайт, 2025. — 248 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568395> (дата обращения: 24.04.2025).

3. Сологубова Г.С. Экономика конгрессно-выставочной деятельности: учебник для вузов / Г. С. Сологубова. — Москва: Юрайт, 2025. — 248 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567675> (дата обращения: 24.04.2025).

4. Фомичев, В.И. Выставочное дело: учебник для вузов / В. И. Фомичев. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Юрайт, 2025. — 227 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563867> (дата обращения: 24.04.2025).

5. Чернышева, А. М. Промышленный (B2B) маркетинг: учебник и практикум для вузов / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. — 2-е изд. — Москва: Юрайт, 2025. — 472 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560172> (дата обращения: 24.04.2025).

### **Дополнительные источники (при необходимости)**

1. Коленько С.Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учебник и практикум для вузов / С. Г. Коленько. — Москва: Юрайт, 2025. — 370 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560579> (дата обращения: 24.04.2025).

2. Сафонов, А.А. Менеджмент и маркетинг в музейной деятельности: учебник и практикум для вузов / А.А. Сафонов, М.А. Сафонова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2025. — 135 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569843> (дата обращения: 24.04.2025).

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

Для выполнения заданий, предусмотренных рабочей программой используются рекомендованные Интернет-сайты, ЭБС.

### **Электронные образовательные ресурсы**

- Министерство науки и высшего образования Российской Федерации: <https://minobrnauki.gov.ru>
- Федеральный портал «Российское образование»: <https://edu.ru>
- Образовательная платформа «Юрайт»: <https://urait.ru>

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

Дисциплина «Технологии и организация выставочно-ярмарочной деятельности» является важной для теоретического понимания технологии специализированной деятельности по организации выставочно-ярмарочных мероприятий разного назначения, а также в приобретении практических навыков, таких как навыки планирования, формирования бюджета, концептуализации, разработки экспозиционных решений выставок.

**Цель дисциплины** – Формирование у студентов теоретического понимания технологии специализированной деятельности по организации выставочно-ярмарочных мероприятий разного назначения, а также практических навыков осуществления данного вида деятельности.

### **Основные задачи дисциплины:**

- формирование у студентов представления о теории и практике выставочной деятельности;
- формирование у студентов представления о наиболее актуальных сторонах выставочно-ярмарочной деятельности и торгово-промышленных выставках; их инфраструктуре;
- ознакомление с технологиями организации, финансирования и рекламно-информационного сопровождения выставок;
- формирование представления о художественных средствах оформления выставок, общих принципах и методах построения экспозиций;
- предоставление возможности овладения практическими навыками в сфере выставочно-ярмарочной деятельности и организации торгово-промышленных выставок

**Структура дисциплины** включает в себя 10 тем, лекционные, практические занятия и самостоятельную работу студентов.

Для организации самостоятельной работы предназначен фонд оценочных средств по дисциплине «Технологии и организация выставочно-ярмарочной деятельности», в котором содержатся описание заданий для текущего и итогового контроля, методические рекомендации к их выполнению.



Для понимания материала и качественного его усвоения рекомендуется следующая последовательность действий:

1. В течение недели выбрать время для работы с основной и дополнительной литературой.

2. При подготовке к практическим занятиям рекомендуется использовать лекционный материал для подготовки к семинарам, ответить на вопросы для самоконтроля для подготовки к тестированию, подобрать тему для составления презентации.

Самостоятельная работа определяется как индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства педагога, но по его заданиям и под его контролем.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Самостоятельная работа студентов является обязательной для каждого студента и определяется учебным планом.

При определении содержания самостоятельной работы студентов следует учитывать их уровень самостоятельности и требования к уровню самостоятельности выпускников для того, чтобы за период обучения искомый уровень был достигнут.

При подготовке к экзамену в форме итогового тестирования следует в первую очередь повторить весь пройденный материал по дисциплине.

Для организации самостоятельной работы необходимы следующие условия:

- готовность студентов к самостоятельному труду;
- наличие и доступность необходимого учебно-методического и справочного материала;
- консультационная помощь.

Формы самостоятельной работы студентов определяются при разработке рабочих программ учебных дисциплин, содержанием учебной дисциплины, учитывая степень подготовленности студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине, и может проходить в письменной, устной или смешанной формах.

Виды внеаудиторной самостоятельной работы студентов:

- разработка материала презентации;
- написание писем, составление договоров, контрактов;
- подготовка к тестированию;
- ответы на вопросы семинара по темам курса.

## **10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, СОВРЕМЕННЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ**

### ***Перечень информационных технологий:***

Платформа для презентаций Microsoft powerpoint;  
Онлайн платформа для командной работы Miro;  
Текстовый и табличный редактор Microsoft Word;  
Портал института <http://portal.midis.info>

### ***Перечень программного обеспечения:***

1С: Предприятие. Комплект для высших и средних учебных заведений (1С – 8985755)  
 Mozilla Firefox  
 Adobe Reader  
 ESET Endpoint Antivirus  
 Microsoft™ Windows® 10 (DreamSpark Premium Electronic Software Delivery id700549166)  
 Microsoft™ Office®  
 Google Chrome  
 «Балаболка»  
 NVDA.RU

**Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

«Гарант аэро»  
 КонсультантПлюс  
 Научная электронная библиотека «Elibrary.ru».

**Сведения об электронно-библиотечной системе**

| № п/п | Основные сведения об электронно-библиотечной системе                                                                                                                                                                                     | Краткая характеристика                                                             |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.    | Наименование электронно-библиотечной системы, представляющей возможность круглосуточного дистанционного индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, адрес в сети Интернет | Образовательная платформа «Юрайт»: <a href="https://urait.ru">https://urait.ru</a> |

**11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

| № п/п | Наименование оборудованных учебных аудиторий, аудиторий для практических занятий                                                                                                 | Перечень материального оснащения, оборудования и технических средств обучения                                                                                                                                                                                                                 |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.    | Кабинет гуманитарных дисциплин № 105<br><br>(Аудитория для проведения занятий всех видов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации) | Компьютер<br>Плазменная панель<br>Парты (2 местные)<br>Стол преподавателя<br>Стул преподавателя<br>Доска маркерная<br>Автоматизированное рабочее место обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду МИДиС, выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет». |
| 2.    | Библиотека<br>Читальный зал № 122                                                                                                                                                | Автоматизированные рабочие места библиотекарей<br>Автоматизированные рабочие места для читателей<br>Принтер<br>Сканер<br>Стеллажи для книг<br>Кафедра<br>Выставочный стеллаж<br>Каталожный шкаф<br>Посадочные места (столы и стулья для самостоятельной                                       |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | <p>работы)</p> <p>Стенд информационный</p> <p>Условия для лиц с ОВЗ:</p> <p>Автоматизированное рабочее место для лиц с ОВЗ</p> <p>Линза Френеля</p> <p>Специальная парта для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата</p> <p>Клавиатура с нанесением шрифта Брайля</p> <p>Компьютер с программным обеспечением для лиц с ОВЗ</p> <p>Световые маяки на дверях библиотеки</p> <p>Тактильные указатели направления движения</p> <p>Тактильные указатели выхода из помещения</p> <p>Контрастное выделение проемов входов и выходов из помещения</p> <p>Табличка с наименованием библиотеки, выполненная шрифтом Брайля</p> <p>Автоматизированные рабочие места обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду МИДиС, выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».</p> |
|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|