

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Усынин Максим Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 12.08.2025 16:43:00
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

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 Российской Федерации 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.	252	72	36	144
Аудиторные занятия, час.	158	68	26	64
Лекции, час.	80	34	14	32
Практические занятия, час.	78	34	12	32
Самостоятельная работа	67	4	10	53
Курсовой проект (работа)	+			+
Контроль	27			27
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. Общевропейский 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						
Тема 7. Сбор и анализ статистических данных выставки	21	5	16	8	8	
Тема 8. Как сделать участие экспонента в выставке эффективным	20	4	16	8	8	
Тема 9. Работа выставки-ярмарки - коммуникация с посетителем	20	4	16	8	8	
Тема 10. Проведение протокольных мероприятий на выставке-ярмарке.	20	4	16	8	8	
Курсовой проект (работа)	36	36				
Контроль	27					27
Итого изучено за 7 семестр	144	53	64	32	32	27
Экзамен						
ЗЕТ	4					
Итого по дисциплине	252	67	158	80	78	27
Всего зачетных единиц	7					

5.3. Лекционные занятия

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

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

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

5.3. Практические занятия

Тема	Содержание	час.	Формируемые компетенции	Методы и формы контроля формируемых компетенций
5 семестр				
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-	8	ПК-1 ПК-4 ПК-6	Устный опрос по вопросам семинара. Презентация.

	mail, fax-mail, s-mail - маркетинг.			
Тема 2. 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 ПК-4 ПК-6	Устный опрос по вопросам семинара. Презентация.
Тема 3. 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 ПК-4 ПК-6	Устный опрос по вопросам семинара. Презентация.
Тема 4. 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 ПК-4 ПК-6	Устный опрос по вопросам семинара. Тестирование.

	персонала на качество экспоуслуг.			
6 семестр				
Тема 5. 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 ПК-4 ПК-6	Устный опрос по вопросам семинара. Презентация.
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.	6	ПК-1 ПК-4 ПК-6	Устный опрос по вопросам семинара. Тестирование.
7 семестр				
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.	8	ПК-1 ПК-4 ПК-6	Устный опрос по вопросам семинара. Презентация.
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.	8	ПК-1 ПК-4 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.			
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.	8	ПК-1 ПК-4 ПК-6	Устный опрос по вопросам семинара. Презентация.
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.	8	ПК-1 ПК-4 ПК-6	Устный опрос по вопросам семинара. Итоговое тестирование.
Итого:		78		

5.4. Самостоятельная работа обучающихся

Тема	Виды самостоятельной работы	часы	Формируемые компетенции	Методы и формы контроля формируемых компетенций
5 семестр				
Тема 1. 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 ПК-4 ПК-6	Устный ответ. Защита презентации. Тестирование.
6 семестр				
Тема 5. 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 ПК-4 ПК-6	Устный ответ. Защита презентации.
Тема 6. 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 ПК-4 ПК-6	Устный ответ. Защита презентации. Тестирование.
7 семестр				
Тема 7. 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 ПК-4 ПК-6	Устный ответ. Защита презентации.
Тема 8. 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 ПК-4 ПК-6	Устный ответ. Защита презентации.
Тема 9. 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 ПК-4 ПК-6	Устный ответ. Защита презентации.

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

Электронные образовательные ресурсы

- Министерство науки и высшего образования Российской Федерации: <https://minobrnauki.gov.ru>
- Федеральный портал «Российское образование»: <http://ro-edu.ru>
- Справочно-правовая система "ГАРАНТ" <http://www.i-exam.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;
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)
Битрикс 24
Яндекс браузер

Mozilla Firefox

Microsoft™ Office®

МойОфис

Антивирус «Касперский» (Kaspersky Endpoint Security)

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

«Гарант аэро»

КонсультантПлюс

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»: https://urait.ru

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 (Аудитория для проведения занятий всех видов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации)	Компьютер Плазменная панель Парты (2 местные) Стол преподавателя Стул преподавателя Доска маркерная Автоматизированное рабочее место обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду МИДиС, выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».
2.	Библиотека Читальный зал № 122	Автоматизированные рабочие места библиотекарей Автоматизированные рабочие места для читателей Принтер Сканер Стеллажи для книг Кафедра Выставочный стеллаж Каталожный шкаф Посадочные места (столы и стулья для самостоятельной работы) Стенд информационный Условия для лиц с ОВЗ: Автоматизированное рабочее место для лиц с ОВЗ Линза Френеля Специальная парта для лиц с нарушениями опорно-

		двигательного аппарата Клавиатура с нанесением шрифта Брайля Компьютер с программным обеспечением для лиц с ОВЗ Световые маяки на дверях библиотеки Тактильные указатели направления движения Тактильные указатели выхода из помещения Контрастное выделение проемов входов и выходов из помещения Табличка с наименованием библиотеки, выполненная шрифтом Брайля Автоматизированные рабочие места обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду МИДиС, выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».
--	--	---