

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Усынин Максим Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 25.05.2026 14:15:32  
Уникальный идентификатор документа:  
f498e59e83f65dd7c7ce7bb8a25cbbabb33ebc58

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

Кафедра гостеприимства и международных бизнес-коммуникаций

**ФОНД  
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО  
КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ  
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
ТЕХНОЛОГИИ И ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис  
Направленность (профиль): Ивент-менеджмент и продюсирование  
Квалификация выпускника: Бакалавр

Автор-составитель: Айхель К.В.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	3
2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	5
3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы .....	8
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	20

# 1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины «Технологии и организация выставочно-ярмарочной деятельности/технология и организация торгово-промышленных выставок» 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

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции	Этапы формирования компетенций
1.	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	<p><i>1 Этап - знать:</i> ПК-1.1. методы осуществления мониторинга развития отраслей, связанных с тематикой торгово-промышленных выставок и событийных мероприятий;</p> <p><i>2 Этап - уметь:</i> ПК-1.2. формировать концепцию торгово-промышленных выставок и событийных мероприятий, выбирать методы и инструменты продвижения продуктов в сети Интернет;</p> <p><i>3 Этап - владеть:</i> ПК-1.3. методами анализа маркетинговой информации, организации деловых мероприятий, связанных с тематикой торгово-промышленных выставок и событийных мероприятий на национальном и международном уровнях.</p>
2.	ПК-4	Способен осуществлять координацию плана реализации конгрессного мероприятия	<p><i>1 Этап - знать:</i> ПК-4.1. методы контроля выполнения плана реализации конгрессного мероприятия, выполнения работ в соответствии с заключенными договорами и соглашениями;</p> <p><i>2 Этап - уметь:</i> ПК-4.2. формировать команду реализации конгрессного мероприятия, - распределять задачи и обязанности участников команды в условиях проведения конгрессного мероприятия;</p> <p><i>3 Этап - владеть:</i> ПК-4.3. 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</p>
3.	ПК-6	Способен осуществлять операционную деятельность по оказанию конгрессно-	<p><i>1 Этап - знать:</i> ПК-6.1. технологии планирования, подготовки и организации конгрессно-выставочного мероприятия, порядок и особенности взаимодействия различных субъектов рынка конгрессно-выставочных услуг;</p> <p><i>2 Этап - уметь:</i> ПК-6.2. - проводить консультирование участников конгрессно-выставочных мероприятий по вопросам оптимальной организации их участия;</p>

	выставочных и событийных услуг	<i>3 Этап - владеть:</i> ПК-6.3. навыками проведения протокольными мероприятиями на проекте; навыками коммуникации с разными типами клиентов, навыками работы с запросами потенциального клиента, возражениями и разногласиями.
--	--------------------------------	--

2. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции	Критерии оценивания компетенций на различных этапах формирования	Шкала оценивания
1.	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	<p><i>1 Этап - знать:</i> ПК-1.1. методы осуществления мониторинга развития отраслей, связанных с тематикой торгово-промышленных выставок и событийных мероприятий;</p> <p><i>2 Этап - уметь:</i> ПК-1.2. формировать концепцию торгово-промышленных выставок и событийных мероприятий, выбирать методы и инструменты продвижения продуктов в сети Интернет;</p> <p><i>3 Этап - владеть:</i> ПК-1.3. методами анализа маркетинговой информации, организации деловых мероприятий, связанных с тематикой торгово-промышленных выставок и событийных мероприятий на национальном и международном уровнях.</p>	<p>Экзамен: <b>Оценка «Отлично»</b> выставляется при полном и правильном изложении материала; работа удовлетворяет требованиям к формированию профессиональных компетенций. Количество правильных ответов составляет 95-100%, что соответствует 65-70 баллам.</p> <p><b>Оценка «Хорошо»</b> выставляется за правильное и полное выполнение заданий, с определенным количеством незначительных ошибок, работа удовлетворяет требованиям к формированию профессиональных компетенций. Количество правильных ответов</p>

2.	ПК-4	Способен осуществлять координацию плана реализации конгрессного мероприятия	<p><i>1 Этап - знать:</i> ПК-4.1. методы контроля выполнения плана реализации конгрессного мероприятия, выполнения работ в соответствии с заключенными договорами и соглашениями;</p>	<p>составляет 70-94%, что соответствует 36-44 баллам. <b>Оценка «Удовлетворительно»</b> выставляется за неполное изложение материала, работа удовлетворяет минимальным требованиям к формированию компетенций. Количество правильных ответов</p>
			<p><i>2 Этап - уметь:</i> ПК-4.2. формировать команду реализации конгрессного мероприятия, - распределять задачи и обязанности участников команды в условиях проведения конгрессного мероприятия;</p>	<p>составляет 50-69%, что соответствует 10-35 баллам. <b>Оценка «Неудовлетворительно»</b> выставляется студенту, если он не справился с тестом. Количество правильных ответов</p>
			<p><i>3 Этап - владеть:</i> ПК-4.3. 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</p>	<p>составляет 0 - 49%, что соответствует 10 баллам и ниже.</p>
3.	ПК-6	Способен осуществлять операционную деятельность по оказанию конгрессно-выставочных и событийных услуг	<p><i>1 Этап - знать:</i> ПК-6.1. технологии планирования, подготовки и организации конгрессно-выставочного мероприятия, порядок и особенности взаимодействия различных субъектов рынка конгрессно-выставочных услуг;</p>	
			<p><i>2 Этап - уметь:</i> ПК-6.2. - проводить консультирование участников конгрессно-выставочных мероприятий по вопросам оптимальной организации их участия;</p>	

			3 Этап - владеть: ПК-6.3. навыками проведения протокольными мероприятиями на проекте; навыками коммуникации с разными типами клиентов, навыками работы с запросами потенциального клиента, возражениями и разногласиями.	
--	--	--	---	--

3. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

## 1 ЭТАП – ЗНАТЬ

### Вопросы к семинару для устного опроса

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

##### 1. Основные понятия и определения:

- Что такое выставка в контексте маркетинговых коммуникаций?
- Какие цели преследуют компании, участвуя в выставках?
- Как выставки вписываются в общую стратегию маркетинговых коммуникаций?

##### 2. Роль выставок в маркетинге:

- Какие преимущества предоставляют выставки для компаний?
- Как выставки помогают в установлении и укреплении деловых связей?
- В чем отличие выставок от других инструментов маркетинговых коммуникаций?

##### 3. Классификация выставок:

- Какие типы выставок существуют (отраслевые, международные, региональные и т.д.)?

- Как выбрать подходящую выставку для участия?

- В чем особенности B2B и B2C выставок?

##### 4. Подготовка к участию в выставке:

- Какие этапы подготовки к выставке необходимо учитывать?
- Как определить целевую аудиторию выставки?
- Как разработать эффективный стенд и презентацию?

##### 5. Маркетинг и продвижение

- Как качество маркетинговой кампании влияет на успех выставки?
- Какие каналы продвижения наиболее эффективны для привлечения целевой аудитории?

- Как оценить эффективность рекламной кампании выставки?

##### 6. Кейсы и примеры

- Приведите примеры успешных выставок мирового уровня (например, CeBIT, CES, EXPO и др.).

- Какие инновационные подходы используются в организации современных выставок?

- Как компании используют выставки для выхода на новые рынки?

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

##### 1. Общие характеристики рынка выставок

- Что такое выставочный рынок и какие основные элементы его составляют?

- Какие виды выставок существуют (отраслевые, потребительские, виртуальные)?

- Какова роль выставок в экономике и бизнесе?

## **2. Цифры и факты**

- Каковы объемы мирового рынка выставок в денежном выражении?
- Какие страны и регионы являются лидерами в организации выставок?
- Сколько людей ежегодно посещают выставки по всему миру?
- Какие отрасли наиболее активно используют выставки для продвижения своих продуктов и услуг?

## **3. Тренды в выставочной индустрии**

- Как цифровизация влияет на рынок выставок? Какие технологии активно внедряются (виртуальные выставки, AR/VR, мобильные приложения)?
- Как пандемия COVID-19 повлияла на рынок выставок? Какие изменения произошли в организации и проведении мероприятий?
- Какие тренды в области устойчивого развития (sustainability) наблюдаются в выставочной индустрии?
- Как меняются предпочтения участников и посетителей выставок?

## **4. Экономические аспекты**

- Как выставки влияют на местную экономику (туризм, гостиничный бизнес, транспорт)?
- Каковы основные источники дохода для организаторов выставок?
- Какова рентабельность участия в выставках для компаний-экспонентов?

## **5. Региональные особенности**

- Какие страны и города являются ключевыми игроками на рынке выставок?
- Какие особенности характерны для выставочного рынка в России, Европе, Азии, США?
- Как развивается рынок выставок в развивающихся странах?

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

### **1. Основные понятия и определения:**

- Что понимается под материально-технической базой экспобизнеса?
- Какие элементы входят в состав материально-технической базы экспобизнеса?

### **2. Инфраструктура экспобизнеса:**

- Какие объекты инфраструктуры необходимы для успешного ведения экспортной деятельности?
- Какова роль логистических центров, складов и транспортных узлов в экспобизнесе?

### **3. Техническое оснащение:**

- Какое оборудование и технологии используются в экспортном производстве?
- Как современные технологии (например, IoT, блокчейн, автоматизация) влияют на материально-техническую базу экспобизнеса?

### **4. Финансовые аспекты:**

- Какие затраты связаны с созданием и поддержанием материально-технической базы экспобизнеса?
- Как оценить эффективность инвестиций в материально-техническую базу?

### **5. Правовые и нормативные аспекты:**

- Какие нормативные документы регулируют создание и использование материально-технической базы экспобизнеса?
- Какие требования предъявляются к безопасности и экологичности объектов инфраструктуры?

### **6. Инновации в экспобизнесе:**

- Какие инновационные подходы используются для улучшения материально-технической базы?
- Как цифровизация влияет на развитие экспортной инфраструктуры?

### **7. Примеры из практики:**

- Какие примеры успешного использования материально-технической базы в экспобизнесе вы можете привести?

- Какие проблемы возникают при создании и эксплуатации материально-технической базы и как их решать?

### **8. Международный опыт:**

- Как организована материально-техническая база экспобизнеса в других странах?

- Какие лучшие практики можно перенять из международного опыта?

## **Тема 4. Качество выставочных услуг.**

### **1. Общие вопросы о качестве выставочных услуг**

- Что понимается под качеством выставочных услуг?

- Каковы основные критерии оценки качества выставочных услуг?

- Как качество выставочных услуг влияет на успех выставки?

### **2. Организация выставок**

- Какие этапы организации выставки наиболее важны для обеспечения высокого качества услуг?

- Как правильно выбрать площадку для проведения выставки?

- Какие факторы влияют на качество логистики и технической поддержки выставки?

### **3. Удовлетворенность участников и посетителей**

- Как измерить уровень удовлетворенности участников и посетителей выставки?

- Какие методы обратной связи наиболее эффективны для оценки качества услуг?

- Как улучшить взаимодействие между организаторами, участниками и посетителями?

### **4. Сервис и инфраструктура**

- Какие сервисы на выставке наиболее важны для участников и посетителей?

- Как обеспечить высокое качество инфраструктуры (оформление стендов, зоны отдыха, питание, транспорт)?

- Какие современные технологии могут повысить качество выставочных услуг?

### **5. Маркетинг и продвижение**

- Как качество маркетинговой кампании влияет на успех выставки?

- Какие каналы продвижения наиболее эффективны для привлечения целевой аудитории?

- Как оценить эффективность рекламной кампании выставки?

### **6. Примеры и кейсы**

- Какие примеры успешных выставок с высоким качеством услуг вы можете привести?

- Какие ошибки в организации выставок чаще всего снижают качество услуг?

- Как анализ кейсов помогает улучшить качество выставочных услуг?

## **Тема 5. Государственный контроль и содействие выставочно-ярмарочной деятельности.**

### **1. Государственное регулирование выставочно-ярмарочной деятельности**

- Какие нормативно-правовые акты регулируют выставочно-ярмарочную деятельность в России?

- Какие органы государственной власти отвечают за контроль и содействие выставочно-ярмарочной деятельности?

- Каковы основные принципы государственного регулирования в этой сфере?

### **2. Государственный контроль в выставочно-ярмарочной деятельности**

- Какие виды государственного контроля применяются в выставочно-ярмарочной деятельности?

- Каковы основные этапы проведения государственного контроля?

- Какие меры применяются в случае выявления нарушений в ходе выставочно-ярмарочной деятельности?

### **3. Международный опыт и сотрудничество**

- Как осуществляется международное сотрудничество в области выставочно-ярмарочной деятельности?
- Какие международные организации и ассоциации занимаются регулированием и поддержкой выставочно-ярмарочной деятельности?
- Каковы основные тенденции развития выставочно-ярмарочной деятельности в мире?

### **4. Проблемы и перспективы развития выставочно-ярмарочной деятельности**

- Какие основные проблемы существуют в сфере выставочно-ярмарочной деятельности в России?
- Какие меры могут быть предприняты для повышения эффективности выставочно-ярмарочной деятельности?
- Каковы перспективы развития выставочно-ярмарочной деятельности в условиях цифровизации и глобализации?

### **5. Практические аспекты организации выставок и ярмарок**

- Каковы основные этапы организации выставок и ярмарок?
- Какие документы и разрешения необходимы для проведения выставочно-ярмарочных мероприятий?
- Какова роль инфраструктуры в успешном проведении выставок и ярмарок?

### **6. Экономическая эффективность выставочно-ярмарочной деятельности**

- Как оценивается экономическая эффективность проведения выставок и ярмарок?
- Какие показатели используются для анализа успешности выставочно-ярмарочных мероприятий?
- Как выставочно-ярмарочная деятельность влияет на развитие отраслей экономики?

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

### **1. Концепция проекта:**

- Что такое концепция проекта и как она формируется?
- Какие элементы должны быть включены в концепцию выставки?
- Как определить целевую аудиторию для выставки?
- Какие факторы влияют на успешность концепции выставки?

### **2. Коммерческая состоятельность проекта:**

- Что подразумевается под коммерческой состоятельностью проекта?
- Какие критерии используются для оценки коммерческой состоятельности выставки?
- Как рассчитать потенциальную доходность выставки?
- Какие риски могут повлиять на коммерческую успешность проекта и как их минимизировать?

### **3. Идея выставки:**

- Как сформулировать уникальную идею для выставки?
- Какие современные тренды могут быть использованы при разработке идеи выставки?
- Как идея выставки связана с интересами целевой аудитории?
- Примеры успешных идей для выставок в различных отраслях.

### **4. Название выставки:**

- Какие критерии важно учитывать при выборе названия выставки?
- Как название выставки влияет на её восприятие целевой аудиторией?
- Примеры удачных и неудачных названий выставок и их анализ.
- Как проверить, что название выставки запоминается и вызывает интерес?

### **5. Тип выставки:**

- Какие основные типы выставок существуют (например, отраслевые, потребительские, виртуальные и т.д.)?
- Как выбрать подходящий тип выставки в зависимости от целей и аудитории?

- В чем особенности организации различных типов выставок?
- Какие преимущества и недостатки у виртуальных выставок по сравнению с традиционными?

#### **6. Практические аспекты:**

- Как разработать план реализации выставки, учитывая её концепцию и коммерческую состоятельность?
- Какие инструменты маркетинга наиболее эффективны для продвижения выставки?
- Как оценить результаты выставки и её влияние на достижение поставленных целей?

#### **7. Примеры и кейсы:**

- Проанализируйте пример успешной выставки. Что сделало её коммерчески состоятельной?
- Приведите пример неудачной выставки. Какие ошибки были допущены на этапе разработки концепции или реализации?

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

#### **1. Организация сбора данных**

- Какие методы сбора данных наиболее эффективны на выставках?
- Какие источники данных можно использовать (посетители, экспоненты, организаторы)?
- Как обеспечить точность и достоверность собираемых данных?
- Какие инструменты и технологии используются для автоматизации сбора данных?

#### **2. Типы данных**

- Какие виды данных можно собирать на выставке (количество посетителей, география участников, активность на стендах и т.д.)?
- Как учитывать качественные данные (отзывы, мнения, предложения)?
- Какие метрики наиболее важны для анализа успешности выставки?

#### **3. Анализ данных**

- Какие методы анализа данных применяются для обработки статистики выставки?
- Как интерпретировать данные для оценки эффективности выставки?
- Какие инструменты (Excel, SPSS, Python, R) можно использовать для анализа данных?

#### **4. Оценка эффективности выставки**

- Какие показатели используются для оценки успешности выставки (ROI, количество контактов, заключенные сделки)?
- Как определить целевую аудиторию и её удовлетворенность?
- Как сравнить результаты разных выставок между собой?

#### **5. Обратная связь и улучшения**

- Как использовать собранные данные для улучшения организации будущих выставок?

#### **6. Проблемы и ограничения**

- Какие сложности возникают при сборе и анализе данных на выставках?
- Какие этические и правовые аспекты нужно учитывать при работе с данными?

#### **7. Примеры и кейсы**

- Какие примеры успешного использования статистических данных на выставках вы знаете?
- Как данные помогли улучшить организацию или увеличить посещаемость выставки?

- Какие кейсы неудачного использования данных можно выделить?

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

#### **1. Общие вопросы о стоимости участия**

- Какие факторы влияют на стоимость участия в выставке?

- Как формируется цена за участие для разных типов участников (стартапы, крупные компании, индивидуальные предприниматели)?
- Какие дополнительные расходы могут возникнуть помимо базовой стоимости участия?

## **2. Структура ценообразования**

- Какие компоненты обычно включаются в стоимость участия (аренда площади, подключение к электричеству, реклама и т.д.)?
- Как рассчитывается стоимость за квадратный метр выставочной площади?
- Есть ли различия в цене в зависимости от расположения стенда (центральные зоны, угловые места и т.д.)?

## **3. Практические аспекты**

- Какие шаги необходимо предпринять для успешного участия в выставке?
- Как измерить эффективность участия в выставке?
- Какие ошибки чаще всего допускают компании при участии в выставках?

## **4. Кейсы и примеры**

- Приведите примеры успешных выставок мирового уровня (например, CeBIT, CES, EXPO и др.).
- Какие инновационные подходы используются в организации современных выставок?

- Как компании используют выставки для выхода на новые рынки?

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

### **1. Коммуникации на выставке:**

- Какие инструменты коммуникации используются на выставках (раздача материалов, презентации, демонстрации)?
- Как эффективно взаимодействовать с посетителями стенда?
- Как использовать цифровые технологии на выставках (QR-коды, мобильные приложения, интерактивные экраны)?

### **2. Оценка эффективности участия в выставке:**

- Какие метрики используются для оценки успешности участия в выставке?
- Как измерить ROI (возврат на инвестиции) от участия в выставке?
- Какие методы сбора обратной связи от посетителей наиболее эффективны?

### **3. Тренды в выставочной деятельности:**

- Как цифровизация влияет на проведение выставок (гибридные и виртуальные выставки)?

- Какие новые технологии используются на выставках (VR, AR, AI)?

- Как меняются ожидания посетителей и участников выставок?

### **4. Практические аспекты:**

- Какие ошибки чаще всего допускают компании при участии в выставках?
- Как эффективно управлять бюджетом на участие в выставке?
- Как организовать логистику и координацию команды на выставке?

### **5. Кейсы и примеры:**

- Примеры успешного использования выставок в маркетинговых коммуникациях.
- Анализ неудачных кейсов участия в выставках.
- Как мировые бренды используют выставки для продвижения своих продуктов и услуг.

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

### **1. Особенности организации протокольных мероприятий**

- Каковы основные этапы организации протокольных мероприятий на выставке-ярмарке?
- Какие факторы необходимо учитывать при планировании протокольных мероприятий? Как определить состав участников и гостей мероприятия?

- Какие документы и разрешения необходимы для организации протокольных мероприятий?

## **2. Получение информации и составление плана**

- Какие источники информации используются при подготовке протокольных мероприятий? Как составить эффективный план проведения мероприятия?

- Какие ключевые элементы должны быть включены в план (время, место, участники, регламент)?

- Как учитывать возможные риски и форс-мажорные обстоятельства при планировании?

## **3. Подготовительный период**

- Какие задачи решаются на этапе подготовки к мероприятию?

- Как организовать взаимодействие между организаторами, участниками и службами обеспечения? Какие меры принимаются для обеспечения материально-технической базы мероприятия?

- Как проверить готовность всех систем и служб перед началом мероприятия?

## **4. Материально-техническое обеспечение**

- Какое оборудование и технические средства необходимы для проведения протокольных мероприятий?

- Как организовать транспортное обеспечение для участников и гостей?

- Какие требования предъявляются к месту проведения мероприятия (освещение, звук, связь, безопасность)?

- Как обеспечить комфортные условия для участников и гостей?

## **5. Время проведения мероприятия**

- Как выбрать оптимальное время для проведения мероприятия?

- Какие факторы влияют на продолжительность мероприятия?

- Как составить регламент и контролировать его соблюдение?

- Как учитывать временные ограничения при организации мероприятия?

## **6. Специализация охранных структур**

- Какие задачи выполняют охранные структуры на массовых мероприятиях?

- Какие специализированные службы безопасности могут быть привлечены?

- Как организовать взаимодействие между частными охранными структурами и государственными органами?

- Какие меры безопасности применяются для защиты участников и гостей?

## **7. Привлечение государственных правоохранительных органов**

- В каких случаях необходимо привлекать государственные правоохранительные органы?

- Какие функции выполняют правоохранительные органы на массовых мероприятиях? Как организовать взаимодействие с полицией, МЧС и др.?

- Какие документы и согласования необходимы для привлечения государственных структур?

## **8. Планирование мероприятий по обеспечению безопасности**

- Какие этапы включает планирование мер безопасности?

- Как провести оценку рисков и угроз для мероприятия?

- Какие меры предосторожности необходимо предусмотреть?

- Как организовать эвакуацию и действия в чрезвычайных ситуациях?

## **2 ЭТАП – УМЕТЬ**

При подготовке презентации пользуйтесь лекционным материалом, основной и дополнительной литературой по дисциплине. Тема п должна соответствовать предложенной теме. Длительность сообщения – 5-7 минут. Количество слайдов 8-10.

## **Темы презентаций**

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

Тренды в выставочной деятельности: влияние цифровизации на проведение выставок (гибридные и виртуальные выставки); новые технологии, используемые на выставках (VR, AR, AI); изменение в ожидании посетителей и участников выставок.

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

Будущее выставочной индустрии: прогнозы относительно развития рынка выставок в ближайшие 5-10 лет; искусственный интеллект и большие данные в выставочной индустрии; новые форматы будущих выставок.

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

1. Учет экологических аспектов при создании материально-технической базы экспобизнеса. "Зеленые" технологии в экспортной инфраструктуре.

2. Тенденции в материально-технической базе экспобизнеса. Влияние новых технологий и глобальных изменений (пандемии, санкций) на будущее экспортной инфраструктуры.

### **Тема 5. Государственный контроль и содействие выставочно-ярмарочной деятельности.**

Содействие государства развитию выставочно-ярмарочной деятельности: меры государственной поддержки организаторам и участникам выставок и ярмарок; привлечение иностранных участников и инвесторов на выставки и ярмарки; программы и инициативы для развития выставочно-ярмарочной деятельности на региональном и международном уровнях.

### **Тема 7. Тренды и инновации**

Современные тренды в сборе и анализе данных на выставках. Использование технологий Big Data и AI могут для анализа данных выставки. Инновационные подходы к сбору данных применяемые на международных выставках.

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

Искусство представления продукта на стенде.

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

Техника посещения мероприятий. Техника осуществления стратегического подхода. Активная коммуникация.

## **Тестирование**

Тестирование по темам курса проводится с целью промежуточной проверки усвоения знаний при завершении 5 и 6 семестров.

### **Образец теста №1**

Тест состоит из трех частей: вопросы с выбором ответа, вопросы с открытым ответом, практические задания. К первой части теста прилагаются ключи.

#### **Требования к тесту:**

- Количество частей: 3
- Длительность: 45 минут

#### **Критерии оценки:**

- За каждый правильный ответ в части 1 и части 2 — 1 балл.
- За выполнение практических заданий (часть 3) — до 5 баллов за каждое задание
- Максимальный балл — 40.

#### **Оценки:**

- 35–40 баллов — отлично
- 21–34 баллов — хорошо
- 10–20 баллов — удовлетворительно
- Менее 10 баллов — неудовлетворительно

### **Часть 1. Вопросы с выбором ответа**

**1. Что такое выставка в контексте маркетинговых коммуникаций?**

- а) Место для продажи товаров
- б) Платформа для демонстрации продуктов, услуг и установления деловых контактов
- в) Рекламная акция в социальных сетях
- г) Способ продвижения через телевидение

**2. Какая основная цель участия компании в выставке?**

- а) Увеличить продажи непосредственно на мероприятии
- б) Привлечь внимание целевой аудитории, укрепить имидж и установить деловые контакты
- в) Провести маркетинговое исследование
- г) Получить немедленную прибыль

**3. Какой из перечисленных элементов НЕ является частью подготовки к выставке?**

- а) Разработка концепции стенда
- б) Проведение рекламной кампании до мероприятия
- в) Продажа товаров на месте
- г) Обучение персонала

**4. Какой тип коммуникаций наиболее эффективен на выставке?**

- а) Массовая реклама
- б) Личные контакты и прямые переговоры
- в) Социальные сети
- г) Телевизионная реклама

**5. Что такое "lead" в контексте выставок?**

- а) Посетитель, который купил товар на стенде
- б) Потенциальный клиент, проявивший интерес к продукту или услуге
- в) Конкурент, собирающий информацию
- г) Рекламный буклет

**20 баллов****Часть 2. Вопросы с открытым ответом**

1. Перечислите основные этапы подготовки компании к участию в выставке.
2. Какие преимущества дает участие в выставке для компании?
3. Какие критерии следует учитывать при выборе выставки для участия?
4. Опишите, как можно измерить эффективность участия в выставке.
5. Какие ошибки чаще всего допускают компании при участии в выставках?

**5 баллов****Часть 3. Практические задания****1. Разработайте концепцию стенда для компании, производящей экологически чистую продукцию.**

- Опишите дизайн стенда.
  - Какие интерактивные элементы можно использовать?
  - Как привлечь внимание посетителей?
2. Составьте план мероприятий до, во время и после выставки.
    - Какие действия необходимо выполнить на каждом этапе?
  3. Предложите способы сбора контактов потенциальных клиентов на выставке.
    - Какие инструменты и методы можно использовать?

**15 баллов****Итого: 40 баллов****Ключи к тесту №1 (Часть 1)**

1. б) Платформа для демонстрации продуктов, услуг и установления деловых контактов

2. б) Привлечь внимание целевой аудитории, укрепить имидж и установить деловые контакты
3. в) Продажа товаров на месте
4. б) Личные контакты и прямые переговоры
5. б) Потенциальный клиент, проявивший интерес к продукту или услуге

### Образец теста №2

Тест состоит из двух частей: теоретические вопросы, практические задачи.  
К тесту прилагаются ключи.

#### Требования к тесту:

- Количество частей: 2
- Длительность: 45 минут

#### Критерии оценки:

- За каждый правильный ответ в части 1 — 1 балл.
- За выполнение части 2 — до 5 баллов за каждое задание
- Максимальный балл — 35.

#### Оценки:

- 30–35 баллов — отлично
- 17–29 баллов — хорошо
- 10–16 баллов — удовлетворительно
- Менее 10 баллов — неудовлетворительно

### Часть 1. Теоретические вопросы

#### 1. Что понимается под коммерческой состоятельностью проекта?

- а) Способность проекта приносить прибыль
- б) Соответствие проекта экологическим стандартам
- в) Наличие квалифицированной команды
- г) Все перечисленное

#### 2. Какие основные этапы анализа коммерческой состоятельности проекта?

- а) Маркетинговый анализ, технический анализ, финансовый анализ
- б) Юридический анализ, экологический анализ, социальный анализ
- в) Анализ рисков, анализ конкурентов, анализ ресурсов
- г) Все перечисленное

#### 3. Какой из перечисленных факторов не относится к коммерческой состоятельности проекта?

- а) Рыночный спрос
- б) Технологическая реализуемость
- в) Политическая ситуация в стране
- г) Наличие стартового капитала

#### 4. Что такое точка безубыточности в контексте коммерческой состоятельности проекта?

- а) Момент, когда проект начинает приносить прибыль
- б) Момент, когда доходы равны расходам
- в) Момент, когда проект окупается
- г) Момент, когда проект завершается

#### 5. Какие методы используются для оценки коммерческой состоятельности проекта?

- а) SWOT-анализ, PEST-анализ, анализ чувствительности
- б) Анализ денежных потоков, расчет NPV, IRR
- в) Оба варианта верны
- г) Ни один из вариантов не верен

20 баллов

**Часть 2. Практические задачи**

1. Рассчитайте чистый дисконтированный доход (NPV) для проекта, если:
  - Инвестиции: 500 000 рублей
  - Денежные потоки по годам: 200 000, 250 000, 300 000 рублей
  - Ставка дисконтирования: 10%
2. Определите точку безубыточности для проекта, если:
  - Постоянные затраты: 1 000 000 рублей
  - Переменные затраты на единицу продукции: 500 рублей
  - Цена за единицу продукции: 1 000 рублей
3. Проведите SWOT-анализ для проекта запуска нового продукта на рынок. Укажите по два пункта для каждой категории (Сильные стороны, Слабые стороны, Возможности, Угрозы).

**15 баллов****Итого: 35 баллов****Ключи к тесту №2****Часть 1. Теоретические вопросы**

1. а) Способность проекта приносить прибыль
2. а) Маркетинговый анализ, технический анализ, финансовый анализ
3. в) Политическая ситуация в стране
4. б) Момент, когда доходы равны расходам
5. в) Оба варианта верны

**Часть 2. Практические задачи**

1. Решение:  

$$NPV = (200\ 000 / (1+0,1)^1) + (250\ 000 / (1+0,1)^2) + (300\ 000 / (1+0,1)^3) - 500\ 000$$

$$NPV \approx 181\ 818 + 206\ 612 + 225\ 394 - 500\ 000 \approx 113\ 824 \text{ рублей}$$
2. Решение:  
 Точка безубыточности = Постоянные затраты / (Цена - Переменные затраты)  

$$ТБ = 1\ 000\ 000 / (1\ 000 - 500) = 2\ 000 \text{ единиц}$$
3. Пример SWOT-анализа:
  - Сильные стороны: Высокое качество продукта, опытная команда
  - Слабые стороны: Ограниченный бюджет, отсутствие бренда
  - Возможности: Рост рынка, новые технологии

Угрозы: Конкуренция, изменение законодательства

**3 ЭТАП – ВЛАДЕТЬ****Вопросы к экзамену, 7 семестр**

Экзамен по дисциплине проводится по материалам курса в форме итогового теста в конце 7 семестра с целью проверки итогового усвоения знаний. Тест состоит из трех частей: теоретические вопросы, практические задачи, вопросы к размышлению.

**Требования к тесту:**

- Количество частей: 3
- Длительность: 90 минут

**Критерии оценки:**

- За каждый правильный ответ в части 1 — 1 балл.
- За выполнение части 2 и части 3 — до 5 баллов за каждое задание
- Максимальный балл — 70.

**Оценки:**

- 65–70 баллов — отлично
- 36–44 баллов — хорошо

- 10–35 баллов — удовлетворительно
- Менее 10 баллов — неудовлетворительно

### Итоговый тест

#### Часть 1. Теоретические вопросы

**1. Что является основной целью коммуникации с посетителем на выставке-ярмарке?**

- а) Продать как можно больше товаров
- б) Установить долгосрочные отношения и вызвать интерес к продукту/услуге
- в) Раздать максимум рекламных материалов
- г) Завершить общение как можно быстрее

**2. Какие из перечисленных навыков наиболее важны для успешной коммуникации с посетителем?**

- а) Умение слушать и задавать вопросы
- б) Активное использование профессионального жаргона
- в) Быстрое предоставление всей информации о продукте
- г) Игнорирование вопросов посетителя

**3. Какой из этапов коммуникации с посетителем является ключевым?**

- а) Установление контакта (приветствие, установление зрительного контакта)
- б) Немедленный переход к продажам
- в) Завершение диалога без обратной связи
- г) Игнорирование эмоций посетителя

**4. Как правильно реагировать на возражения посетителя?**

- а) Спорить и доказывать свою точку зрения
- б) Выслушать, понять причину возражения и предложить решение
- в) Игнорировать возражения
- г) Сразу предложить скидку

**5. Что важно учитывать при работе с разными типами посетителей?**

- а) Их культурные особенности, возраст и уровень заинтересованности
- б) Только их платежеспособность
- в) Их внешний вид
- г) Ничего, подход ко всем должен быть одинаковым

**6. Что такое протокольное мероприятие на выставке-ярмарке?**

- а) Неформальное общение с посетителями
- б) Официальные события, такие как открытие, церемонии, встречи с VIP-гостями
- в) Рекламные акции для привлечения внимания
- г) Закрытые переговоры между участниками

**7. Какие элементы обязательно включаются в программу протокольного мероприятия?**

- а) Приветственная речь, презентация, фуршет
- б) Только раздача рекламных материалов
- в) Спонтанные выступления участников
- г) Только официальные переговоры

**8. Кто обычно отвечает за организацию протокольных мероприятий?**

- а) Отдел маркетинга
- б) Протокольная служба или event-менеджер
- в) Участники выставки
- г) Волонтеры

**9. Какой из перечисленных факторов наиболее важен при планировании протокольного мероприятия?**

- а) Учет временных рамок и расписания

- б) Количество участников
- в) Наличие развлекательной программы
- г) Место проведения мероприятия

**10. Что необходимо сделать после завершения протокольного мероприятия?**

- а) Провести анализ эффективности и собрать обратную связь
- б) Немедленно начать подготовку к следующему мероприятию
- в) Игнорировать результаты мероприятия
- г) Разослать всем участникам рекламные материалы

**40 баллов**

**Часть 2. Практические задания**

1. Составьте план коммуникации с посетителем на стенде выставки (5 шагов).
2. Разработайте сценарий протокольного мероприятия (открытие выставки-ярмарки).
3. Опишите, как вы будете реагировать на негативный отзыв посетителя о продукте.

**15 баллов**

**Часть 3. Вопросы на размышление**

1. Почему важно учитывать риски при анализе коммерческой состоятельности проекта? Приведите примеры рисков и их возможного влияния на проект.
2. Как изменения в макроэкономической среде (например, инфляция, изменение курса валют) могут повлиять на коммерческую состоятельность проекта?
3. Какие критерии вы бы использовали для принятия решения о реализации проекта, если его NPV положительный, но IRR ниже среднерыночной ставки?

**15 баллов**

**Итого: 70 баллов**

**Примерные темы курсовых работ**

1. Организация и управление выставочно-ярмарочной деятельностью: современные подходы и тенденции.
2. Роль выставочно-ярмарочной деятельности в продвижении товаров и услуг на рынке.
3. Технологии планирования и подготовки выставочных мероприятий.
4. Маркетинговые коммуникации в рамках выставочно-ярмарочной деятельности.
5. Оценка эффективности участия предприятий в выставках и ярмарках.
6. Инновационные технологии в организации и проведении выставочных мероприятий.
7. Особенности организации международных выставок и ярмарок.
8. Виртуальные выставки: преимущества и недостатки в сравнении с традиционными форматами.
9. Логистика в выставочно-ярмарочной деятельности: организация транспортировки и монтажа экспонатов.
10. Роль цифровых технологий в привлечении посетителей на выставки и ярмарки.
11. Особенности организации специализированных выставок (например, B2B, B2C).
12. Экономические аспекты выставочно-ярмарочной деятельности.
13. Правовые основы организации и проведения выставок и ярмарок.
14. Роль выставочно-ярмарочной деятельности в развитии туризма.
15. Организация работы стенда: от дизайнера до взаимодействия с посетителями.
16. Использование социальных медиа для продвижения выставочных мероприятий.
17. Особенности организации выставочных мероприятий в условиях кризиса.
18. Роль выставочно-ярмарочной деятельности в формировании имиджа компании.
19. Анализ мирового опыта организации выставочно-ярмарочной деятельности.
20. Организация и проведение онлайн-выставок: технологии и практика.

#### 4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

##### 1 ЭТАП – ЗНАТЬ

###### *Критерии оценивания устного ответа на семинарском занятии*

**«Отлично»** - студент отлично владеет изученным материалом; демонстрирует глубокую осведомленность о проблемах, поднятых в обсуждаемой теме; свободно и адекватно реагирует на вопросы и реплики преподавателя и других участников дискуссии; убедительно доказывает свою точку зрения; приводит достаточное количество соответствующих примеров

**«Хорошо»** - студент хорошо владеет изученным материалом; демонстрирует осведомленность о проблемах, поднятых в обсуждаемой теме; адекватно реагирует на вопросы и реплики преподавателя и других участников дискуссии; может доказать свою точку зрения; приводит достаточное количество соответствующих примеров

**«Удовлетворительно»** - студент демонстрирует поверхностное владение изученным материалом; не на все вопросы преподавателя и участников семинара реагирует правильно; приводит аргументы в доказательство своей точки зрения и соответствующие примеры

**«Неудовлетворительно»** - студент не знает основного материала, не ориентируется в теме, не может ответить на вопросы преподавателя и участников семинара; не может привести примеры.

##### 2 ЭТАП – УМЕТЬ

###### *Критерии оценивания презентации*

**«Отлично»** - студентом тщательно проработана тема презентации, отлично владеет фактическим материалом; способен свободно выражать свои мысли; речь сопровождается слайдами, демонстрирующими владение навыками работы с компьютером; студент свободно владеет профессиональными терминами; уверенно отвечает на вопросы аудитории; демонстрирует высокий уровень сформированности профессиональных компетенций.

**«Хорошо»** - студент проработал тему презентации; хорошо владеет профессиональными терминами, правильно отвечает на большую часть вопросов аудитории; содержание высказывания соответствует теме; речь сопровождается слайдами; студент демонстрирует средний уровень сформированности профессиональных компетенций.

**«Удовлетворительно»** - неполно проработана тема презентации; студент неуверенно отвечает на вопросы аудитории; содержание высказывания соответствует теме презентации, дополнительная поддержка (слайды, музыка, видео) не всегда отвечает высказываемой мысли; студент демонстрирует пороговый уровень сформированности профессиональных компетенций.

**«Неудовлетворительно»** - студентом не проработана тема презентации; не знает фактического материала и основной профессиональной терминологии; не может адекватно ответить на вопросы.

###### *Критерии оценивания промежуточного тестирования*

##### **Критерии оценки теста №1:**

**«Отлично»** выставляется при полном и правильном изложении материала; работа удовлетворяет требованиям к формированию профессиональных компетенций. Количество правильных ответов составляет 95-100%, что соответствует 35-40 баллам.

**«Хорошо»** выставляется за правильное и полное выполнение заданий, с определенным количеством незначительных ошибок, работа удовлетворяет требованиям к формированию

профессиональных компетенций. Количество правильных ответов составляет 70-94%, что соответствует 21-34 баллам.

«**Удовлетворительно**» выставляется за неполное изложение материала, работа удовлетворяет минимальным требованиям к формированию компетенций. Количество правильных ответов составляет 50-69%, что соответствует 10-20 баллам.

«**Неудовлетворительно**» выставляется студенту, если он не справился с тестом. Количество правильных ответов составляет 0 - 49%, что соответствует 10 баллам и ниже.

### **Критерии оценки теста №2:**

«**Отлично**» выставляется при полном и правильном изложении материала; работа удовлетворяет требованиям к формированию профессиональных компетенций. Количество правильных ответов составляет 95-100%, что соответствует 30-35 баллам.

«**Хорошо**» выставляется за правильное и полное выполнение заданий, с определенным количеством незначительных ошибок, работа удовлетворяет требованиям к формированию профессиональных компетенций. Количество правильных ответов составляет 70-94%, что соответствует 17-29 баллам.

«**Удовлетворительно**» выставляется за неполное изложение материала, работа удовлетворяет минимальным требованиям к формированию компетенций. Количество правильных ответов составляет 50-69%, что соответствует 10-16 баллам.

«**Неудовлетворительно**» выставляется студенту, если он не справился с тестом. Количество правильных ответов составляет 0 - 49%, что соответствует 10 баллам и ниже.

## **3 ЭТАП – ВЛАДЕТЬ**

### **Критерии оценивания курсовой работы**

1. Защита курсовой работы является обязательной и проводится за счет объема времени, отведенного на изучение дисциплины.

2. Готовые курсовые работы в определенные сроки представляются студентами на кафедру для рецензирования руководителем.

3. Курсовые работы предварительно оцениваются руководителем: в случае положительной оценки - «допускается к защите», а в случае отрицательной оценки - «не допускается к защите».

4. Курсовые работы, не допущенные к защите, возвращаются для доработки и повторного представления. Курсовые работы, получившие положительную оценку, возвращаются студенту для защиты.

5. Защиту курсовой работы, как правило, принимает ее руководитель. В комиссию по защите могут приглашаться преподаватели кафедры, специалисты, представители работодателя.

6. Формы защиты курсовой работы:

- выступления студентов на конференциях;
- в учебной группе.

7. Оценивание курсовой работы

Результаты курсовой работы определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»:

- оценку «отлично» заслуживает работа, в которой дано всестороннее и глубокое освещение избранной темы в тесной взаимосвязи с практикой, а её автор показал умение работать с различными видами источников, систематизировать, классифицировать, обобщать материал, формулируя выводы, соответствующие поставленным целям, дана полная характеристика объекта исследования, проведен анализ темы исследования на материалах данного объекта, выявлены преимущества и недостатки в его работе, разработаны аргументированные предложения по совершенствованию;

- оценкой «хорошо» оценивается работа, отвечающая основным, предъявляемым к ней требованиям. Студент обнаруживает глубокие знания по предмету и владеет навыками научного исследования, но при этом имеются незначительные замечания по содержанию работы, по процедуре защиты (студент не может дать аргументировано ответы на вопросы);

- курсовая работа оценивается на «удовлетворительно», если в ней, в основном, соблюдены общие требования, но неполно раскрыты разделы плана, работа носит реферативный характер, отсутствуют аргументированные выводы. Автор курсовой работы посредственно владеет материалом, поверхностно отвечает на вопросы, в процессе защиты курсовой работы;

- «неудовлетворительно» оценивается курсовая работа, если установлен акт несамостоятельного выполнения работы, имеются принципиальные замечания по многим параметрам, содержание не соответствует теме, допущены грубые теоретические ошибки. Защищенная или зачтенная курсовая работа хранится на кафедре в течение года. Лучшие курсовые работы могут быть оставлены на кафедре в качестве образцов или методических пособий для студентов.

9. Защищенная курсовая работа хранится на кафедре гостеприимства и международных бизнес-коммуникаций в течение срока, установленного номенклатурой дел кафедры. Лучшие курсовые работы могут быть оставлены на кафедре в качестве образцов или методических пособий для студентов.

### Экзамен по дисциплине

#### Критерии оценки:

**Отлично»** выставляется при полном и правильном изложении материала; работа удовлетворяет требованиям к формированию профессиональных компетенций. Количество правильных ответов составляет 95-100%, что соответствует 65-70 баллам.

**«Хорошо»** выставляется за правильное и полное выполнение заданий, с определенным количеством незначительных ошибок, работа удовлетворяет требованиям к формированию профессиональных компетенций. Количество правильных ответов составляет 70-94%, что соответствует 36-44 баллам.

**«Удовлетворительно»** выставляется за неполное изложение материала, работа удовлетворяет минимальным требованиям к формированию компетенций. Количество правильных ответов составляет 50-69%, что соответствует 10-35 баллам.

**«Неудовлетворительно»** выставляется студенту, если он не справился с тестом. Количество правильных ответов составляет 0 - 49%, что соответствует 10 баллам и ниже.