



УТВЕРЖДЕНО:
Советом Высшей школы бизнеса,
менеджмента и права
Протокол № 11 от «20» декабря 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.2 ОРГАНИЗАЦИЯ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

основной образовательной программы высшего образования –
программы *магистратуры*
по направлению подготовки:
38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

направленность (профиль):
Управление проектами в MICE индустрии

Квалификация: магистр

год начала подготовки: 2025

Разработчик (и):

должность	ученая степень и звание, ФИО
профессор	Д.э.н., проф. Бушуева И.В.

Рабочая программа согласована и одобрена директором ОПОП:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>Директор высшей школы бизнеса, менеджмента и права</i>	д.э.н., доцент Виноградова М.В.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 2
---	--	---------------------------------------

1. Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)

Дисциплина «Организация конгрессно-выставочной деятельности» является частью первого блока программы магистратуры по направлению подготовки: 38.04.02 «Менеджмент», направленность: «Управление проектами в MICE индустрии» и относится к части дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений.

Изучение данной дисциплины базируется на знании иностранного языка в сфере профессиональных коммуникаций, современных методов научных исследований, основ управления проектами.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:

ПК-3. Способен разрабатывать проекты MICE продуктов и мероприятий и управлять их эффективностью, в части:

ПК-3.1. Формирует продукт MICE индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, организует его продажу, контролирует процесс и сроки реализации проектов MICE продуктов и мероприятий, осуществляет оперативное регулирование хода их исполнения.

Содержание дисциплины «Основы конгрессно-выставочной деятельности» охватывает ознакомление студентов с сущностью конгрессно-выставочной деятельности, историей, классификацией и особенностями организации конгрессно-выставочной деятельности.

Изучение дисциплины направлено на:

- освоение студентами теоретических знаний о методологии классификации конгрессно-выставочной деятельности, исторических этапов развития конгрессно-выставочной деятельности в России;
- формирование представления об особенностях современной конгрессно-выставочной деятельности;
- приобретение умений анализа тенденций российской конгрессно-выставочной деятельности;
- выработку у студентов навыков практического применения знаний по организации деятельности в конгрессно-выставочной деятельности.
- формирование у студентов умения творчески использовать в научной и производственно-технологической деятельности знания фундаментальных и прикладных разделов дисциплины.

Дисциплина содержит два раздела. Первый раздел «Основы конгрессно-выставочной деятельности» направлен на изучение истории развития конгрессно-выставочной деятельности, основных понятий и классификации конгрессно-выставочных мероприятий, принципов и методов построения экспозиции, особенностей современного состояния конгрессно-выставочной деятельности в Российской Федерации, характеристике основных выставочных комплексов РФ. Второй раздел «Технологии организации и проведения конгрессно-выставочных мероприятий» посвящен основным аспектам формирования продукта конгрессно-выставочной деятельности.

Для *заочной формы* обучения общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. Преподавание дисциплины ведется на 1 курсе в первом семестре. Предусмотрено проведение учебных занятий следующих видов: лекций (4 часа), в том числе проблемные лекции, лекции-дискуссии; практических занятий (10 часов) в форме семинаров – заслушиваний и обсуждений докладов с презентациями, деловых игр, разборов конкретных ситуаций, индивидуальных и групповых проектов, самостоятельной работы обучающихся (90 часов), групповые и индивидуальные консультации (2 часа), промежуточная аттестация (зачет) – 2 часа.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции или ее части)
1.	ПК-3	Способен разрабатывать проекты MICE продуктов и мероприятий и управлять их эффективностью, в части: ПК-3.1. Формирует продукт MICE индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, организует его продажу, контролирует процесс и сроки реализации проектов MICE продуктов и мероприятий, осуществляет оперативное регулирование хода их исполнения.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП:

Дисциплина «Организация конгрессно-выставочной деятельности» является частью второго блока программы магистратуры 38.04.02 Менеджмент и относится к части дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений.

На заочной форме обучения формирование компетенций продолжается при изучении дисциплины «Современные методы научных исследований», «Стратегическое управление», «Управление развитием организации и проектирование бизнеса», «Событийная индустрия», «Организация учебной и научной деятельности магистра», прохождении производственной и производственной (преддипломной) практики и государственной итоговой аттестации.

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 дисциплины составляет 3/108 зачетных единиц/ акад.часов.

(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

Для заочной формы обучения

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры			
			1	2	3	4
1	Контактная работа обучающихся с преподавателем	18	18			
	в том числе:					
1.1	Занятия лекционного типа	4	4			
1.2	Занятия семинарского типа, в том числе:	10	10			
	Лабораторные работы	-	-			
	Практические занятия	-	-			
	Семинары	10	10			
1.3	Консультации	2	2			
1.4	Форма промежуточной аттестации (зачет)	2	2			
2	Самостоятельная работа обучающихся	90	90			
4	Общая трудоемкость	108	108			
	час	108	108			
	з.е.	3	3			

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 4
--	--	---------------------------------------

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Для заочной формы обучения:

№ недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРС, акад. часов	Форма проведения СРС
			Контактная работа с преподавателем							
			Лекции, акад. Часов	Форма проведения лекции	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара				
1	1. Основы конгрессно-выставочной деятельности	1.1. Объект и предмет конгрессно-выставочной деятельности	0,5	Лекция	0,5	Доклад и защита презентаций, разбор конкретных ситуаций			8	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, выполнение аналитических упражнений, подготовка сообщений
1		1.2. Экспозиция: основные понятия, принципы и методы построения	0,5	Лекция	1,0	Доклад и защита презентаций, разбор конкретных ситуаций			8	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, выполнение аналитических упражнений, подготовка сообщений
1		1.3. Особенности современного состояния конгрессно-выставочной деятельности в Российской Федерации	0,5	Проблемная лекция	0,5	Доклад и защита презентаций			8	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, выполнение аналитических упражнений, подготовка сообщений
1		Контрольная точка №1. Защита доклада с презентацией						8	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала. Подготовка доклада с презентацией	
1	2. Технологии организации и проведения конгрессно-выставочных мероприятий	2.1. Проектирование конгрессно-выставочного мероприятия	1,0	Лекция-визуализация	2,0	Разбор конкретных ситуаций			8	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, выполнение аналитических упражнений, подготовка к разбору конкретных ситуаций
1		2.2. Планирование выставочных работ и выставочных программ	0,5	Проблемная лекция	2,0	Разбор конкретных ситуаций			8	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, выполнение аналитических упражнений, подготовка к разбору конкретных ситуаций
1		Контрольная точка №2. Разработка кейса							10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, выполнение

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС

		Лист 5

№ недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРС, акад. часов	Форма проведения СРС
			Контактная работа с преподавателем							
			Лекции, акад. Часов	Форма проведения лекции	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара				
										задания 2 контрольной точки
		2.3. Экономические аспекты конгрессно-выставочной деятельности. Выставочный бюджет	0,5	Лекция	2,0	Деловая игра, разбор конкретных ситуаций			8	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, выполнение аналитических упражнений
		2.4. Технологии рекламы и продвижения конгрессно-выставочных мероприятий	0,5	Проблемная лекция	2,0	Разбор конкретных ситуаций			8	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, выполнение аналитических упражнений
1		Контрольная точка №3. Тестирование							6	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка к тестированию, работа над проектом
1		Контрольная точка №4. Индивидуальный (групповой) проект							10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, работа над проектом
1		Консультация					2			
1		Промежуточный контроль – зачет	2							

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Для самостоятельной работы по дисциплине обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение:

№ п/п	Тема, трудоемкость в акад.ч.	Учебно-методическое обеспечение
1	Раздел 1. Основы конгрессно-выставочной деятельности	Основная литература
	1.1. Объект и предмет конгрессно-выставочной деятельности (8 ч)	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 : Издательство Юрайт, 2022. — 194 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06841-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/491577
	1.2. Экспозиция: основные понятия, принципы и методы построения (8 ч)	2. Фомичев, В. И. Выставочное дело : учебник для вузов / В. И. Фомичев. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 227 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12657-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/493268
	1.3. Особенности современного состояния конгрессно-выставочной деятельности в Российской Федерации (8 ч)	3. Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для вузов / Н. В. Антонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 373 с. — (Высшее образование). Учебник и практикум для вузов / Гриф УМО. ВО. Научная школа: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва)
	Контрольная точка №1. Защита доклада с презентацией	4. Петелин, В.Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления (060000), специальностям «Коммерция» (351300) и «Реклама» (350400) / В.Г. Петелин. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.- 447 с. - ISBN 978-5-238-00935-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1028738 . - Режим доступа: по подписке.
2	Раздел 2. Технологии организации и проведения конгрессно-выставочных мероприятий	5. Стровский, Л. Е. Основы выставочно-ярмарочной деятельности : учеб. пособие для вузов / Л.Е. Стровский, Е.Д. Фролова, Д.Л. Стровский [и др.] ; под ред. Л.Е. Стровского. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 288 с. - ISBN 5-238-00821-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1039981 . - Режим доступа: по подписке.
	2.1. Проектирование конгрессно-выставочного мероприятия (8 ч)	6. Гусев В. В., Лебедева Т. И. Конгрессно-выставочная деятельность: теория и практика . — Москва: Академический проект, 2019.
	2.2. Планирование выставочных работ и выставочных программ (8 ч)	
	Контрольная точка №2. Разработка кейса (10 ч)	
	2.3. Экономические аспекты конгрессно-выставочной деятельности. Выставочный бюджет (8 ч)	
	2.4. Технологии рекламы и продвижения конгрессно-выставочных мероприятий (8 ч)	
	Контрольная точка №3. Тестирование (6 ч)	
	Контрольная точка №4. Индивидуальный (групповой) проект (10 ч)	



		Дополнительная литература 1. Кузнецов А. В., Иванова Е. А. Конгрессно-выставочная деятельность: учебное пособие . — Москва: Юрайт, 2018. — Современное пособие с теоретическими основами и практическими рекомендациями. 2. Петров А. И., Сидорова Е. М. Современные тенденции развития конгрессно-выставочной деятельности . // Журнал «Туризм и гостеприимство», 2020, № 3, с. 45–52. 3. Иванов С. В., Козлова Н. А. Инновационные технологии в организации выставочных мероприятий . // Вестник науки и образования, 2021. 4. Сологубова, Г. С. Экономика конгрессно-выставочной деятельности : учебник для вузов / Г. С. Сологубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 248 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496744 5. ГОСТы и стандарты организации выставок (например, ГОСТ Р 51709-2001 «Выставки и ярмарки»). 6. Международные руководства по организации выставок , например, материалы международных организаций выставочной индустрии (UFI). 7. Публикации на сайтах профессиональных ассоциаций: UFI (Всемирная ассоциация выставочной индустрии) — https://ufi.org Российская ассоциация выставочной индустрии (РИА) — https://exhibitionrussia.com
	Итого: 90 часов	

7. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Раздел дисциплины, обеспечивающий этапы формирования компетенции (или ее части)	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции (или ее части) обучающийся должен:		
			знать	уметь	владеть
ПК-3	Способен разрабатывать проекты MICE продуктов и мероприятий и управлять их эффективностью				
	ПК-3.1. Формирует	Раздел 1, 2	Технологии	Формировать	Навыками



Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Раздел дисциплины, обеспечивающий этапы формирования компетенции (или ее части)	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции (или ее части) обучающийся должен:		
			знать	уметь	владеть
	продукт МICE индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, организует его продажу, контролирует процесс и сроки реализации проектов МICE продуктов и мероприятий, осуществляет оперативное регулирование хода их исполнения		формирования продуктов конгрессно-выставочной деятельности, методы выявления индивидуальных и специальных требований потребителя	продукты конгрессно-выставочной деятельности, в том числе с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя	формирования продуктов конгрессно-выставочной деятельности, в том числе с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Результат обучения по дисциплине	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Этап освоения компетенции
Знание технологий формирования продуктов конгрессно-выставочной деятельности, методов выявления индивидуальных и специальных требований потребителя Умение формировать продукты конгрессно-выставочной деятельности, в том числе с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя Владение навыками формировать продукты конгрессно-выставочной деятельности, в том числе с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя	Подготовка доклада с презентацией Разработка кейса Тестирование Индивидуальный проект	Студент демонстрирует знание технологий формирования продуктов конгрессно-выставочной деятельности, методов выявления индивидуальных и специальных требований потребителя Студент умеет формировать продукты конгрессно-выставочной деятельности, в том числе с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя Студент владеет навыками формировать продукты конгрессно-выставочной деятельности, в том числе с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя	Закрепление способности формировать продукт конгрессно-выставочной деятельности с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя

Виды средств оценивания, применяемых при проведении текущего контроля и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении отдельных форм текущего контроля

Средство оценивания – презентация докладов

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при презентации докладов

Критерии оценивания	баллы
Тема доклада раскрыта, сделаны нужные акценты, точно использован понятийный аппарат, корректно сформулирована цель и задачи доклада, освещена методология сбора, анализа и оценки информации, обоснован вывод. Используются современные методы обработки и представления данных. Иллюстративный (презентация) материал раскрывает все ключевые позиции доклада. Студент смог аргументированно ответить на вопросы преподавателя и других учащихся.	«5», если 4-5 баллов
Тема доклада раскрыта частично, в содержании не выделены основные смысловые точки, не сформулирована авторская позиция по теме доклада, не сформулирована цель и задачи доклада, не полностью освещена методология сбора, анализа и оценки информации. Иллюстративный (презентация) материал не полностью раскрывает все ключевые позиции доклада. Студент смог аргументированно ответить на часть вопросов преподавателя и других учащихся.	«4», если 3 балла
Тема доклада раскрыта частично, в содержании не выделены основные смысловые точки, не сформулирована авторская позиция по теме доклада, не сформулирована цель и задачи доклада, не освещена методология сбора, анализа и оценки информации. Иллюстративный (презентация) материал не полностью раскрывает все ключевые позиции доклада. Использована не актуальная информация. Студент смог аргументированно ответить на часть вопросов преподавателя и других учащихся.	«3», если 2 балла
Тема доклада не раскрыта, не сформулирована авторская позиция по теме доклада, не сформулирована цель и задачи доклада, не освещена методология сбора, анализа и оценки информации. Иллюстративный (презентация) материал отсутствует. Использована устаревшая информация. Студент не смог аргументированно ответить на	«2», если менее 2 баллов

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 10
--	--	--

вопросы преподавателя и других учащихся.

Средство оценивания – индивидуального (группового) задания «Разработка кейса»
Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при разработке кейсов

Предел длительности контроля	30 мин.
Критерии оценки	Разработанный кейс включает в себя характеристику объекта исследования, описание проблемной ситуации, изложение необходимой информации для решения проблемы, систематизацию и изложение данной проблемы так, чтобы другие студенты были подведены к возможному решению данной проблемы, подготовлены ключевые вопросы к исследуемой проблеме, подготовлены доклад и презентация. Приложен свой вариант решения разработанного кейса. Представлена презентация 15-18 слайдов.
Показатели оценки	макс 10 баллов
«5», если (9 – 10) баллов	полный, обоснованный вариант кейса с применением необходимых источников, данных, соблюдением всех критериев оценки, обоснованный вариант решения разработанного кейса. Презентация 15-18 слайдов.
«4», если (7 – 8) баллов	Недостаточная информация для решения разработанного кейса, презентация менее 15 слайдов.
«3», если (5 – 6) баллов	Проблемная ситуация малоинформативна, ключевые вопросы не в полной мере соответствуют изложенной проблеме, не были сделаны собственные выводы, которые отличают данное решение кейса от других решений. Отсутствует презентация.

Средство оценивания – тестирование

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении тестовых заданий

Критерии оценки	оценка
выполнено верно заданий	«5», если (90 – 100)% правильных ответов
	«4», если (70 – 89)% правильных ответов
	«3», если (50 – 69)% правильных ответов
	«2», если менее 50% правильных ответов

Средство оценивания – индивидуальный (групповой) проект

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при разработке проекта

оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
«5»	Содержание проекта соответствует рекомендациям, подробно описано, в проекте прописаны все необходимые элементы, обоснованы цель, задачи, объект, предмет проекта, практическая направленность, отражены этапы и элементы разработки проекта, сроки реализации, эффективность проекта.	– Обучающийся показывает всесторонние и глубокие знания программного материала, знание основной и дополнительной литературы; – последовательно и четко обосновывает актуальность проекта; – уверенно ориентируется в проблемных ситуациях; – демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, делать правильные выводы, проявляет творческие способности в

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		<i>Лист 11</i>

оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
		понимании, изложении и использовании программного материала; – подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой
«4»	Содержание проекта соответствует рекомендациям, подробно описано, обоснованы цель, задачи, объект, предмет проекта, практическая направленность, сроки реализации, эффективность проекта. Однако в проекте прописаны не все необходимые элементы, отражены не все этапы.	– обучающийся показывает полное знание программного материала; – в разработке проекта допускает некоторые неточности; – правильно применяет теоретические положения к оценке практических ситуаций; - демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой
«3»	Содержание проекта соответствует рекомендациям, подробно описано, обоснованы цель, задачи, объект, предмет проекта, практическая направленность, сроки реализации, эффективность проекта. Однако в проекте прописаны не все необходимые элементы, отражены не все этапы и элементы разработки проекта	– обучающийся показывает знание основного материала в объеме, необходимом для предстоящей профессиональной деятельности; – при разработке проекта не допускает грубых ошибок, но испытывает затруднения в последовательности его разработки; – не в полной мере демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций; подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне
«2»	Содержание проекта не соответствует рекомендациям, отсутствует практическая направленность, не рассчитана эффективность проекта. В проекте не прописаны все необходимые элементы, отражены не все этапы и элементы разработки проекта	– обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине; – не способен аргументировано и последовательно обосновывать содержание и этапы разработки проекта, допускает грубые ошибки в разработке проекта – не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой

Критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации

Порядок, критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации определяется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры, реализуемым по федеральным государственным образовательным стандартам в ФГБОУ ВО «РГУТИС».

Виды средств оценивания, применяемых при проведении промежуточной аттестации и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при их выполнении

Средство оценивания – устный ответ

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при устном ответе

Оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
«5»	– полно раскрыто содержание материала; – материал изложен грамотно, в	– Обучающийся показывает всесторонние и глубокие знания программного материала,



Оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
	определенной логической последовательности; – продемонстрировано системное и глубокое знание программного материала; – точно используется терминология; – показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; – продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков; – ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов; – продемонстрирована способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач; – продемонстрировано знание современной учебной и научной литературы; – допущены одна – две неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются по замечанию	– знание основной и дополнительной литературы; – последовательно и четко отвечает на вопросы билета и дополнительные вопросы; – уверенно ориентируется в проблемных ситуациях; – демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, делать правильные выводы, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала; – подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой
«4»	– вопросы излагаются систематизировано и последовательно; – продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер; – продемонстрировано усвоение основной литературы. – ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом имеет один из недостатков: – а) в изложении допущены небольшие пробелы, не искавшие содержание ответа; – б) допущены один – два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию преподавателя; – в) допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя	– обучающийся показывает полное знание – программного материала, основной и – дополнительной литературы; – дает полные ответы на теоретические вопросы билета и дополнительные вопросы, допуская некоторые неточности; – правильно применяет теоретические положения к оценке практических ситуаций; – демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой
«3»	– неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; – усвоены основные категории по рассматриваемому и дополнительным вопросам; – имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов; – при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в	– обучающийся показывает знание основного – материала в объеме, необходимом для предстоящей профессиональной деятельности; – при ответе на вопросы билета и дополнительные вопросы не допускает грубых ошибок, но испытывает затруднения в последовательности их изложения; – не в полной мере демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций; – подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне



Оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
	новой ситуации; – продемонстрировано усвоение основной литературы	
«2»	– не раскрыто основное содержание учебного материала; – обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; – допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов. – не сформированы компетенции, умения и навыки.	– обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине; – не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускает грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на задаваемые вопросы или затрудняется с ответом; – не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой

Оценочная шкала устного ответа

Процентный интервал оценки	оценка
менее 50%	2
51% - 70%	3
71% - 85%	4
86% - 100%	5



7.3. 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.

Номер недели семестра	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
1	1	Доклад с презентацией	Доклад должен раскрывать выбранную тему и соответствовать требованиям к оформлению письменных работ, иметь титульный лист, содержание, список литературы, сноски и т.д. Максимальный объем доклада 16 стр. А4, 14 TNR, 1 интервал. Доклад сопровождается презентацией. При подготовке доклада должны быть использованы методы анализа и синтеза, методы оценки результатов предпринимательской и сервисной деятельности, работы контактных зон, формирования клиентурных отношений, инновации, современные технологии, актуальная информация. Доклад должен раскрывать тему, результаты анализа и обоснованные выводы. Срок сдачи – до 18.00 пятницы 3 недели семестра.
1	2	Разработка кейсов	Разработка кейса включает в себя: ознакомление с ситуацией; определение проблемы; сбор необходимой информации для решения проблемы; систематизацию и изложение данной проблемы так, чтобы подвести других обучающихся к возможному решению данной проблемы; подготовка ключевых вопросов по исследуемой проблеме; подготовка доклада и презентации. Срок сдачи – до 18.00 пятницы 4 недели семестра.
1	1,2	Тестирование	Тестирование должно опираться на знания теоретического материала и практических навыков. Время выполнения – 20 мин
1	1,2	Индивидуальный (групповой) проект	Проект должен раскрывать выбранную тему и соответствовать требованиям к оформлению письменных работ, иметь титульный лист, содержание, список литературы, сноски и т.д. Максимальный объем пояснительной записки 25 стр. А4, 14 TNR, 1 интервал. В проекте должны



Номер недели семестра	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
			быть отражены все фазы проекта, описаны поэтапно все области знаний управления проектом, задействованные в рамках разрабатываемого проекта, а также последовательно описаны все группы процессов. К проекту необходимо приложить планы, необходимые для решения поставленной цели проекта. Срок сдачи – до 18.00 пятницы 9 недели семестра.

Текущий контроль № 1. Доклад с презентацией

Тематика докладов

1. История развития конгрессно-выставочной деятельности
2. Основные этапы подготовки и проведения выставочных мероприятий
3. Роль выставок и конгрессов в современной экономике и туризме
4. Классификация выставочных мероприятий: виды, масштабы, формы
5. Законодательное регулирование в сфере организации выставок и конгрессов
6. Этапы планирования и организации выставочного мероприятия
7. Технологии продвижения и маркетинга выставочных проектов
8. Особенности конгрессов и выставок международных организаций
9. Логистика и управление ситуациями при возникновении выставок
10. Организация безопасности и охраны при массовых мероприятиях
11. Использование цифровых технологий в организации выставок (виртуальные выставки, онлайн-платформы)
12. Инновационные решения для повышения эффективности выставочной деятельности
13. Роль социальных сетей и интернет-маркетинга в продвижении выставок
14. Финансовое планирование и бюджетирование выставочных мероприятий
15. Источники финансирования и модели монетизации выставочной деятельности
16. Тенденции развития международных конгрессов и выставок в условиях глобализации
17. Экологическая ответственность в организации выставочных мероприятий
18. Инклюзивность и доступность для участников с ограниченными возможностями
19. Анализ успешных международных выставочных проектов
20. Опыт российских городов в сфере развития выставочной занятости

Текущий контроль № 2

Задание «Разработка кейса».

Виды ситуаций:

Иллюстративные ситуации (блиц-ситуации). Ориентированы на формирование профессионального языка и умения идентифицировать проблему в кейс-технологии, общий объем не больше одной страницы.



Нормативные ситуации (чаще всего с элементами задачи). Имеют определённые расчетные и нормативные параметры, позволяющие провести анализ и найти однозначный ответ. Эти ситуации главным образом предназначены для контроля знаний по пройденному теоретическому материалу. Данный тип задач может иметь несколько уровней сложности в зависимости от исходной степени структурирования представленного в ситуации материала. Например, наличие избыточной информации, отсутствие четкой формулировки проблемы и поставленной задачи, неочевидность алгоритма, необходимого для решения имеющейся проблемы в ситуации, и т.д.

Функциональные ситуации. Характерны наличием проблем, лежащих в четко очерченной функционально-предметной области, что требует от слушателя знания теоретических разделов соответствующей дисциплины. Наряду с числовыми данными, как правило, имеется противоречивая информация, усиливающая фактор неопределенности в выборе решения. В таких ситуациях обычно заранее известно правильное решение, но оно не исключает наличия альтернативных, не менее привлекательных. Особое внимание здесь уделяется аргументации и степени доказательности выбранного решения. Тем самым функциональные ситуации ориентированы на развитие инноваций через предметное знание.

Стратегические ситуации. Не имеют, да и не могут иметь однозначного решения из-за невозможности определить влияние нестабильных факторов, которые всегда присутствуют в реальных системах. Это класс наиболее сложных ситуаций, так как множество противоречивых критериев выбора не позволяет окончательно оценить эффективность выдвигаемого решения. Привлекательность же таких ситуаций состоит в том, что они ориентированы на формирование инноваций через концептуальное знание и тем самым работают на формирование ключевой компетенции.

Любой вид проблемной ситуации может быть построен разными способами в зависимости от способа оформления текста, содержащего проблему, скрытые вопросы.

1-й способ заключается в представлении ситуации в виде новой и сложной информации для обучаемых. Данный способ предполагает в процессе работы обучаемых над кейсом с целью заострения внимания к новым объектам или их свойствам искать ответ на вопросы: «Что это значит?», «О чем говорит (свидетельствует) данная информация (факты) и т.д.?».

2-й способ создания проблемной ситуации – рассмотрение противоречивой информации, разные взгляды на один и тот же вопрос. Для того, чтобы выявить проблему, необходимо обнаружить противоречивый характер связи между явлениями и установить природу противоречия или понять, что данное противоречие лишь кажущееся.

3-й способ состоит в создании проблемной ситуации через неполное представление содержания, причем сложность данной ситуации будет различна в зависимости от того, есть ли указание на то, что данное содержание полно или обучающийся должен сам понять это и заняться поиском материала. Осознавая проблемную ситуацию, обучаемый должен выделить или самостоятельно найти его части и синтезировать их в единое целое. Примечание: речь может идти не о полноте всего объекта или системы в целом, а лишь о неполноте одной из характеристик, функций или одного из условий и т.п.

4-й способ заключается в построении своеобразных загадочных ситуаций, когда определенная информация отсутствует, не указаны субъекты или объекты данной ситуации, но даны их характеристики, условия, функции и т.п. Понимание данной проблемной ситуации заключается в обнаружении того, что предмет мысли не выражен в ответе на вопрос: «О чем здесь говорится, каковы характеристики данного объекта, каковы условия протекания данного процесса и т.п.?».

Основные этапы создания кейсов:

1. Формирование дидактических целей кейса.
2. Определение проблемной ситуации.
3. Построение программной карты кейса, состоящей из основных тезисов, которые необходимо воплотить в тексте.
4. Поиск институциональной системы (фирма, организация, ведомство и т.д.), которое имеет непосредственное отношение к тезисам программной карты.
5. Сбор информации в институциональной системе относительно тезисов программной карты кейса.
6. Построение или выбор модели ситуации, которая отражает деятельность института; проверка ее соответствия реальности.
7. Выбор жанра кейса.
8. Написание текста кейса.
9. Диагностика правильности и эффективности кейса; проведение методического учебного эксперимента, построенного по той или иной схеме, для выяснения эффективности данного кейса.
10. Подготовка окончательного варианта кейса.

Текущий контроль № 3 Тестирование

Задание 1. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Что из перечисленного является возможными этапами организации выставочного мероприятия?

- а) Планирование, подготовка, проведение, анализ результатов
- б) Только подготовка и проведение
- в) Только маркетинг и реклама
- г) Только анализ результатов

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 2. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Ключевым фактором при выборе места проведения выставки является:

- а) расположение в центре города
- б) размер и инфраструктура площадки
- в) близость к морю
- г) наличие хорошей парковки

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 3. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Что такое «выставочный бюджет»?

- а) Общие дополнительные доходы от выставок
- б) Расходы на организацию и проведение выставок, а также источник финансирования
- с) Стоимость билетов для посетителей

д) Финансовые показатели после проведения выставок

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 4. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Какие инструменты маркетинга наиболее эффективны для проведения конгрессно-выставочного мероприятия?

- а) Социальные сети, email-рассылки, PR-кампании, реклама в СМИ
- б) Только наружная реклама (билборды и плакаты)
- в) Телевидение и радио только на дневных мероприятиях
- г) Личные встречи без использования цифровых символов

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 5. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Что из перечисленного относится к проблеме организации выставочного мероприятия?

- а) Разработка концепции и демонстрация дизайна
- б) Подготовка программного обеспечения для участников мониторинга автоматизации
- с) Обеспечение безопасности и логистика на объектах
- д) Проведение научных исследований по теме выставки

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 6. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Какой показатель используется для оценки эффективности рекламной кампании выставочного мероприятия?

- а) ROI (возврат на инвестиции), собственные затраты, количество участников/посетителей, уровень прозрачности в соцсетях
- б) Количество напечатанных буклетов без учета их распространения
- с) Количество сотрудников на мероприятии только по отношению к персоналу организаторов
- д) Общий объем расходов без учета доходов

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 7. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Что такое «экспонент» в конгрессно-выставочной деятельности?

- а) Посетитель выставки или конференции
- б) Участник или компания, представляющая свою продукцию или услуги на выставке
- в) Организатор мероприятия

г) Спонсор мероприятия

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 8. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Каковы основные критерии выбора места проведения конгрессно-выставочного мероприятия?

- а) Транспортная доступность
- б) Инфраструктура (отели, рестораны, транспортные узлы)
- в) Стоимость аренды
- г) Наличие рядом исторических памятников

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 9. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Ключевым при выборе площадки для проведения выставки являются объявления:

- а) Близость к аэропорту
- б) Размер и инфраструктура площадки
- в) Наличие рядом исторических памятников
- г) Количество парковочных мест

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 10. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Что из перечисленного относится к задачам маркетинга при организации выставки?

- а) Продвижение мероприятий через соцсети и СМИ
- б) Обеспечение безопасности на площадках
- в) Разработка рекламных материалов и программ лояльности
- г) Анализ эффективности рекламной кампании

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 11. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Какие показатели позволяют оценить эффективность проведения выставочного мероприятия?

- а) Количество посетителей и участников-экспонентов
- б) Объем продаж, заключенных сделок на мероприятиях
- в) Охват ресурсов в соцсетях и СМИ
- г) Общие расходы на организацию без учета доходов

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 20
--	---	--------------------------------

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 12. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Какие инструменты маркетинга наиболее эффективны для продвижения конгрессно-выставочного мероприятия?

- а) Социальные сети
- б) Email-рассылки
- в) Наружная реклама (билборды, плакаты)
- г) Телевидение и радио только в дневное мероприятие

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 13. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Что необходимо учитывать при разработке бюджета выставочного проекта?

- а) Расходы на аренду площадки
- б) Стоимость рекламы и продвижения
- в) Транспортные расходы и логистика
- г) Расходы на оформление экспозиции

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 14. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Опишите организацию основных этапов международной выставки. Какие особенности необходимо учитывать при планировании международного мероприятия?

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 15. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Объясните роль PR-кампании в продвижении конгрессно-выставочного мероприятия. Какие инструменты наиболее эффективны для повышения узнаваемости?

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 16. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Представьте ситуацию: у вас ограниченный бюджет на рекламу. Какие нестандартные методы продвижения вы можете использовать для привлечения участников и посетителей? Опишите свои идеи.

Ответ:

Обоснование ответа:



Задание 17. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Проанализируйте способ выбора места проведения выставки. Какие критерии необходимо учитывать для обеспечения успеха мероприятия?

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 18. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Что из перечисленного представляет собой переменную календаря выставок?

- а) Торгово-промышленные выставки
- б) Научные конференции и симпозиумы
- в) Спортивные соревнования
- г) Образовательные семинары

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 19. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

К ключевым элементам эффективности экспозиции на выставке относятся:

- а) Эффективный дизайн и оформление стендов
- б) Информационные материалы и презентации
- в) Активное взаимодействие с посетителями

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 20. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Какие виды спонсорской поддержки могут быть привлечены для проведения выставочного мероприятия?

- а) Финансовое спонсорство
- б) Предоставление оборудования или услуг
- в) Размещение рекламы спонсора на мероприятии
- г) Только предоставление объявлений о билетах

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 21. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Что такое «кейс-стади» в организациях выставок?

- а) Анализ успешных практик проведения мероприятий
- б) Метод оценки эффективности экспонатов
- в) Техника презентации новых продуктов
- г) Способность привлекать новых участников

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 22
--	---	--------------------------------

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 22. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Каковы основные критерии оценки эффективности работы выставочного стенда?

- а) Количество собранных контактов и заявок
- б) Время, проведенное посетителей на стенде
- в) Количество проданных товаров или заключенных сделок
- г) Общая масса экспонатов, представленных на стенде

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 23. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Что из перечисленного организации является обязательным аспектом при международной конференции или выставке?

- а) Учет языковых барьеров и услуг по переводу
- б) Обеспечение международных стандартов безопасности и сертификации
- с) Координация с международными организациями и посольствами

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 24. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Какие виды маркетинговых коммуникаций наиболее подходят для привлечения участников на деловую выставку?

- а) Персональные приглашения по электронной почте и телефону
- б) Публикации в профессиональных журналах и порталах
- в) Реклама в социальных сетях с таргетингом на целевую аудиторию
- г) Распространение листовок на улице без предварительной рекламы

Ответ:

Обоснование ответа:

Текущий контроль № 4

Индивидуальный / групповой проект

Индивидуальный / групповой проект выполняется по общей тематике. В содержании проекта должны быть аргументированно представлены:

- раскрывает поставленные вопросы;
- использованы современные научные методы исследований, актуальная информация, современные информационные технологии;
- отвечает следующим критериям:
 - аргументированность выводов (способность к анализу и сравнениям, способность достижения заданного уровня качества);



- обоснованность и разноплановость предложенных подходов и определений (восприятие установок и объяснений преподавателя, владение материалом, умение пользоваться учебной, учебно-методической и научной литературой, подготовленность к занятию);
- форма представления материала (владение культурой и навыками презентации);

Тематика проектов:

1. Разработка концепции международной выставки в выбранной области (например, ИТ, медицина, строительство)
2. Создание бизнес-плана организации для крупного национального или международного конгресса
3. Проектирование выставочного стенда: дизайн, логистика и маркетинг
4. Разработка стратегии продвижения и маркетинга выставочного мероприятия
5. Выставка организации экологической устойчивости: идеи и практические решения
6. Создание решения или гибридной выставки: технологии и особенности реализации
7. Разработка системы безопасности и охраны для крупного мероприятия
8. Проектирование проведения Международного конгресса (выбор площадки, логистика, сервисы)
9. Разработка программы мероприятий внутри выставки или конгресса (лекции, мастер-классы, деловые встречи)
10. Интеграция современных технологий (AR/VR, мобильных приложений) в организацию выставочных мероприятий
11. Создание концептуальной тематической выставки или форума с учетом актуальных тенденций.
12. Разработка концепции брендинга и оформления выставочного пространства
13. Анализ успешных международных выставочных проектов: кейс-стади
14. Исследование удовлетворенности участников и посетителей организации на выставке

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы к зачету

1. Терминология, основные определения экспозиционно-выставочной деятельности.
2. Нормативно-правовые документы регламентирующие выставочную деятельность в РФ.
3. Назначение выставок, их роль в современном обществе, в профессиональной сфере деятельности.
4. Выставка: понятие и основные функции.
5. История возникновения и развития ярмарок и выставок.
6. Классификация выставок по месту проведения.
7. Классификация выставок по частоте проведения.
8. Классификация выставок по направлению работы.
9. Классификация выставок по виду.
10. Основные условия, характеризующие всемирные торговые выставки.
11. Классификация по выставочному пространству.
12. Каковы общие причины участия фирмы в выставках?
13. Основные этапы проектирования экспозиции.
14. Основные этапы создания экспозиции.
15. Какие задачи решает выставочный дизайн?

16. Организация рекламной компании выставки.
17. Принципы построения выставочной экспозиции.
18. Характеристика предвыставочной стадии.
19. Характеристика фазы организации участия в выставке.
20. Стенд как средство коммуникации.
21. Типы стендов.
22. Характеристика выставочной стадии.
23. Характеристика послевыставочной стадии.
24. Основные результаты, определяющие успех участия фирмы в выставке.
25. Что такое архитектурно-художественное решение экспозиции?

ФОС для оценки сформированности компетенций

ПК-3. Способен разрабатывать проекты МІСЕ продуктов и мероприятий и управлять их эффективностью, в части:

ПК-3.1. Формирует продукт МІСЕ индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, организует его продажу, контролирует процесс и сроки реализации проектов МІСЕ продуктов и мероприятий, осуществляет оперативное регулирование хода их исполнения.

Задание 1. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Что из перечисленного является возможными этапами организации выставочного мероприятия?

- а) Планирование, подготовка, проведение, анализ результатов
- б) Только подготовка и проведение
- в) Только маркетинг и реклама
- г) Только анализ результатов

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 2. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Ключевым фактором при выборе места проведения выставки является:

- а) расположение в центре города
- б) размер и инфраструктура площадки
- в) близость к морю
- г) наличие хорошей парковки

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 3. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Что такое «выставочный бюджет»?

- а) Общие дополнительные доходы от выставок
- б) Расходы на организацию и проведение выставок, а также источник финансирования
- с) Стоимость билетов для посетителей

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 25
--	---	--------------------------------

d) Финансовые показатели после проведения выставок

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 4. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Какие инструменты маркетинга наиболее эффективны для проведения конгрессно-выставочного мероприятия?

- а) Социальные сети, email-рассылки, PR-кампании, реклама в СМИ
- б) Только наружная реклама (билборды и плакаты)
- в) Телевидение и радио только на дневных мероприятиях
- г) Личные встречи без использования цифровых символов

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 5. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Что из перечисленного относится к проблеме организации выставочного мероприятия?

- а) Разработка концепции и демонстрация дизайна
- б) Подготовка программного обеспечения для участников мониторинга автоматизации
- с) Обеспечение безопасности и логистика на объектах
- д) Проведение научных исследований по теме выставки

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 6. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Какой показатель используется для оценки эффективности рекламной кампании выставочного мероприятия?

- а) ROI (возврат на инвестиции), собственные затраты, количество участников/посетителей, уровень прозрачности в соцсетях
- б) Количество напечатанных буклетов без учета их распространения
- с) Количество сотрудников на мероприятии только по отношению к персоналу организаторов
- д) Общий объем расходов без учета доходов

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 7. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Что такое «экспонент» в конгрессно-выставочной деятельности?

- а) Посетитель выставки или конференции
- б) Участник или компания, представляющая свою продукцию или услуги на выставке
- в) Организатор мероприятия

г) Спонсор мероприятия

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 8. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Каковы основные критерии выбора места проведения конгрессно-выставочного мероприятия?

- а) Транспортная доступность
- б) Инфраструктура (отели, рестораны, транспортные узлы)
- в) Стоимость аренды
- г) Наличие рядом исторических памятников

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 9. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Ключевым при выборе площадки для проведения выставки являются объявления:

- а) Близость к аэропорту
- б) Размер и инфраструктура площадки
- в) Наличие рядом исторических памятников
- г) Количество парковочных мест

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 10. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Что из перечисленного относится к задачам маркетинга при организации выставки?

- а) Продвижение мероприятий через соцсети и СМИ
- б) Обеспечение безопасности на площадках
- в) Разработка рекламных материалов и программ лояльности
- г) Анализ эффективности рекламной кампании

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 11. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Какие показатели позволяют оценить эффективность проведения выставочного мероприятия?

- а) Количество посетителей и участников-экспонентов
- б) Объем продаж, заключенных сделок на мероприятиях
- в) Охват ресурсов в соцсетях и СМИ
- г) Общие расходы на организацию без учета доходов

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 27
--	--	--

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 12. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Какие инструменты маркетинга наиболее эффективны для продвижения конгрессно-выставочного мероприятия?

- а) Социальные сети
- б) Email-рассылки
- в) Наружная реклама (билборды, плакаты)
- г) Телевидение и радио только в дневное мероприятие

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 13. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Что необходимо учитывать при разработке бюджета выставочного проекта?

- а) Расходы на аренду площадки
- б) Стоимость рекламы и продвижения
- в) Транспортные расходы и логистика
- г) Расходы на оформление экспозиции

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 14. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Что из перечисленного представляет собой переменную календаря выставок?

- а) Торгово-промышленные выставки
- б) Научные конференции и симпозиумы
- в) Спортивные соревнования
- г) Образовательные семинары

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 15. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

К ключевым элементам эффективности экспозиции на выставке относятся:

- а) Эффективный дизайн и оформление стендов
- б) Информационные материалы и презентации
- в) Активное взаимодействие с посетителями

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 16. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Какие виды спонсорской поддержки могут быть привлечены для проведения выставочного мероприятия?

- а) Финансовое спонсорство
- б) Предоставление оборудования или услуг
- в) Размещение рекламы спонсора на мероприятии
- г) Только предоставление объявлений о билетах

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 17. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте. **Кол-во правильных ответов - 1**

Что такое «кейс-стади» в организациях выставок?

- а) Анализ успешных практик проведения мероприятий
- б) Метод оценки эффективности экспонатов
- в) Техника презентации новых продуктов
- г) Способность привлекать новых участников

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 18. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Каковы основные критерии оценки эффективности работы выставочного стенда?

- а) Количество собранных контактов и заявок
- б) Время, проведенное посетителей на стенде
- в) Количество проданных товаров или заключенных сделок
- г) Общая масса экспонатов, представленных на стенде

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 19. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Что из перечисленного организации является обязательным аспектом при международной конференции или выставке?

- а) Учет языковых барьеров и услуг по переводу
- б) Обеспечение международных стандартов безопасности и сертификации
- с) Координация с международными организациями и посольствами

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 20. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 29
--	---	--------------------------------

Какие виды маркетинговых коммуникаций наиболее подходят для привлечения участников на деловую выставку?

- а) Персональные приглашения по электронной почте и телефону
- б) Публикации в профессиональных журналах и порталах
- в) Реклама в социальных сетях с таргетингом на целевую аудиторию
- г) Распространение листовок на улице без предварительной рекламы

Ответ:

Обоснование ответа:

7.4. Содержание занятий семинарского типа.

Раздел 1. Основы конгрессно-выставочной деятельности

Тема 1.1 Объект и предмет конгрессно-выставочной деятельности

Вид занятия: семинар

Вопросы по теме:

Конгрессный рынок и выставочная деятельность как специализированная и перспективная отрасль развития. Российский рынок конгрессного туризма и его перспективы развития. Рынок конференций. Рентабельность рынка. Проблемы конгрессной деятельности в России. Выставки, виды выставок и их классификация. Конгрессно-выставочные услуги, организация выставочных мероприятий. Конгрессные мероприятия: типы. Выставочные мероприятия.

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие конгрессной деятельности.
2. Рынок конгрессных услуг
3. Субъект и объект рынка конгрессных услуг
4. Участники конгрессных мероприятий
5. Классификация объектов конгрессной недвижимости
6. Классификация конгрессных мероприятий
7. Конгрессные мероприятия: типы
8. Классификация по числу участников
9. Классификация по тематике
10. Классификация по территориальному признаку
11. Виды конгрессных услуг
12. Выставки и их социально-экономическое значение
13. Виды выставок
14. Классификация выставок как основа высокой эффективности выставочной работы.
15. Принципы классификации.
16. Классификация выставок по виду: художественные, специализированные, универсальные.
17. Классификация выставок по направлению работы.
18. Классификация выставок по значимости мероприятия.
19. Классификация по выставочному пространству: в помещении, на открытом пространстве, смешанное размещение.
20. Классификация по ориентации на группу потребителей, по времени функционирования (временной интервал работы выставки), по частоте проведения, по

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 30
--	---	--------------------------------

территориальному признаку

Целью занятия является: показать значение и роль конгрессной деятельности, раскрыть сущность выставок в гостиничной и туристской деятельности; познакомить с функциями и видами выставок в профессиональной деятельности

Практические навыки. Навыки формирования продуктов конгрессно-выставочной деятельности, в том числе с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя

Задания по теме:

Задание 1. Ситуационная задача

Игра «Выставка» Два сотрудника компании стоят у импровизированных выставочных стендов (столы), на которых разложены рекламные материалы. Остальным раздаются бумажки с ролями. Каждый должен проиграть свою роль около обоих стендов. Роли могут быть следующими: Вас ничего не связывает с этой выставкой, попали вы сюда случайно. Увидев, что здесь можно разжиться шариками, пакетами, а иногда и ручками, ходите от стенда к стенду с умным лицом. Вы зашли на выставку «себя показать и людей посмотреть». Но ведете себя, как потенциальный покупатель, партнер и т. д. Вы заинтересованы в контакте именно с этой конкретной фирмой, но до поры до времени не спешите показывать свою заинтересованность. Вы – «засланный казачок» от фирмы-конкурента. Делаете вид, что вы – заинтересованное лицо, стараетесь разговорить стендиста, дабы вытянуть из него максимум информации. Вы – проверяющий от компании, и ваша цель – оценить работу стендиста и дать свое заключение. Вы ищете работу. Но напрямую показать свою заинтересованность только в работе стесняетесь и поэтому просто стараетесь обменяться визитками. Вы – независимый журналист, должны сделать репортаж с выставки. Кто из представленных фирм станет героем этого репортажа – решать вам. Тематика выставки интересна вашей фирме. Вы отправились на нее раз узнать «кто и что», собрать максимум информации и передать руководству. Вы – организатор выставки. На стенд, к которому вы отправляетесь, поступила жалоба: там якобы слишком громко работает видеодвойка – Вы идете разбираться

Задание 2. Тематика докладов для презентации

1. Современные тенденции и основные направления развития конгрессной деятельности в России и за рубежом.
2. Классификация конгрессных мероприятий различного уровня и назначения.
3. Существующие форматы проведения мероприятий. Типы мероприятий.
4. Особенности проведения конференций различного типа.
5. Формы конгрессной деятельности.
6. Классификация и методы конгрессной деятельности.
7. Конгрессное подразделение в структуре компании. Типы структур. Направления работ. Координация между менеджерами отдельных направлений.
8. Организаторы конгрессной деятельности. Профессиональные организаторы научно-представительских мероприятий (DMC, PCO и др.).
9. Правовое обеспечение и механизмы государственного регулирования и поддержки развития конгрессной деятельности.
10. Конгрессное бюро: назначение, функции, принципы организации работы, роль на рынке конгрессных услуг

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 31
--	---	--------------------------------

11. Участники конгрессных мероприятий.
12. Формирование базы данных о клиенте.
13. Организация работы с поставщиками услуг и посетителями.
14. Организация системной работы по поиску и привлечению докладчиков
15. Организация совместной работы с партнерами конгрессного мероприятия, в том числе с заинтересованными органами государственного управления, отраслевыми ассоциациями и союзами, торгово-промышленными палатами, отраслевыми предприятиями
16. Формирование программы мероприятий. Структура программы. Отличия программ для разных мероприятий
17. Логистика конгрессных мероприятий.
18. Технические требования к помещению, рабочему пространству для организации мероприятия
19. Фирменный стиль. Разработка имиджа, логотипа, бренда, печатной продукции мероприятия. Креативные решения организации рабочего пространства.
20. Коммуникационное пространство конгрессного мероприятия. Организация регистрации участников, кофе-брейков и зон для общения. Организация питания. Организация встреч, переговоров, биржа деловых контактов
20. Брендинг партнеров.
21. Сопутствующие мероприятия конгрессной деятельности. Обоснования для включения в программу презентаций, церемоний вручения премий, мероприятия культурной и светской программы, программы для сопровождающих лиц как элемент программы

Тема 1.2 Экспозиция: основные понятия, принципы и методы построения

Вид занятия: семинар

Вопросы по теме:

Общее определение понятий «выставочная деятельность», «экспозиция», «экспонат», «экспонент», «выставочное пространство». Выставочное пространство и его деление на экспозиционные модули и типовые рабочие места. Заявка на выставочное участие как начало практической реализации выставочного участия фирмы. Действия фирмы в арендованном экспозиционном пространстве. Варианты рабочих мест в выставочном павильоне и их связь с маршрутами движения посетителей выставки. Окружающее пространство как экспозиционный резерв. Внешнее пространство как буферная зона между выставкой и городом.

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое экспозиция в девятилетней музейной и выставочной деятельности?
2. Назовите основные цели формирования экспозиции.
3. Какие основные компоненты входят в структуру экспозиции?
4. Объясните разницу между тематической, хронологической и комплексной экспозицией.
5. Какие основания лежат в основе создания эффективного воздействия?
6. Что такое концепция экспозиции и как она разрабатывается?
7. Перечислите основные этапы создания экспозиции.
8. Какие методы используются при разработке дизайна экспозиционного пространства?
9. Как новые технологии могут быть интегрированы в современную экспозицию?
10. Что такое «композиция» в экспозиции современного строительства и почему

она важна?

11. Объясните роль освещения при создании экспозиции.
12. Какие критерии оценки эффективности работы внешних источников?
13. Каковы особенности интерактивных экспозиций и чем они отличаются от традиционных?
14. Назовите основные методы визуализации информации в экспозициях.
15. Что такое «экологический аспект» при проектировании современных экспозиций?
16. Какие современные технологии применяются для создания успешных экспозиций?
17. Объясните значение эстетики и функциональности при построении экспозиции.
18. Как осуществляется подбор объектов для экспозиции? Какие критерии при этом учитываются?
19. В чем состоит роль дизайнера-экспонента при оформлении выставочного пространства?
20. Почему важно учитывать целевую аудиторию при проектировании экспозиции?

Целью занятия является: формирование у обучающихся системы знаний в сфере экспозиционной и выставочной работе, понимания важности выставок как составной части маркетинга и инструмента развития MICE индустрии.

Практические навыки. Навыки формирования продуктов конгрессно-выставочной деятельности, в том числе с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя

Задания по теме:

Задание 1. Темы докладов

1. Экспозиция: определение и основные характеристики
2. Исторические аспекты развития экспозиционной деятельности
3. Цели и задачи формирования экспозиции в музейном пространстве
4. Принципы построения экспозиции: основные подходы и критерии
5. Методы разработки концепции экспозиции: от идеи до реализации
6. Этапы создания экспозиции: планирование, дизайн, монтаж и оформление.
7. Виды экспозиций: тематические, хронологические, комплексные, интерактивные.
8. Современные технологии в строительстве экспозиций: использование мультимедиа и интерактивных средств
9. Роль дизайна и композиции в создании привлекательной экспозиции
10. Инновационные методы визуализации и презентации объектов в экспозициях
11. Экспозиция как средство коммуникации: особенности подачи информации для разных аудиторий
12. Перспективы развития экспозиционной деятельности в условиях цифровизации

Задание 2. Кейсы

- 1. Реорганизация музейной экспозиции: опыт событий музейной истории.**



Описание: Музей решил обновить свою основную экспозицию, чтобы привлечь молодую аудиторию и повысить интерес посетителей. В кейсе рассматриваются этапы разработки концепции, подбора объектов, дизайн-проекта и внедрения реализованных технологий.

Задача: Проанализировать подходы к реорганизации экспозиции, выделить ключевые решения и оценить их эффективность.

2. Создание интерактивной выставки в современных музеях искусства.

Описание: В музее решено внедрить интерактивные элементы для настройки адаптивности посетителей. Ключевым моментом является выбор технологий, проектирование пространств, взаимодействие с посетителями и оценка результатов.

Задача: Разработать план реализации интерактивной экспозиции и предложить критерии оценки ее успешности.

3. Проблемы сохранения объектов в исторической экспозиции

Описание: В исторических памятниках возникла сложность с сохранностью экспонатов из-за неправильных условий хранения и освещения. Рассматриваются причины проблем и меры по их устранению.

Задача: Проанализировать ситуацию и разработать рекомендации по соблюдению условий экспонирования.

4. Международная выставка современного искусства: особенности построения экспозиции

Описание: Организация крупной международной выставки требует учета культурных изображений, логистики и презентаций искусства. В кейсе рассматриваются этапы подготовки, проектирования выставочного пространства и взаимодействия с художниками.

Задача: Разработать экспозицию с учетом международных стандартов.

5. Оптимизация потоков посетителей в выставочном центре.

Описание: В центре возникли проблемы с очередями и скоплением людей в определенных зонах воздействия. Рассматриваются методы анализа потоков, планирования пространств и логистических систем.

Задача: Предложить меры по оптимизации маршрутов посетителей для повышения комфорта.

6. Внедрение цифровых технологий в музейную экспозицию.

Описание: Музей решил дополнить традиционную экспозицию виртуальными турами, QR-кодами и открытыми презентациями. В ключевом решении процесса рассматриваются технологии и реакция на окружающую среду.

Задача: Оценить преимущества и возможность рисков цифровизации экспозиций.

Тема 1.3 Особенности современного состояния конгрессно-выставочной деятельности в Российской Федерации

Вид занятия: семинар

Вопросы по теме:

История развития конгрессно-выставочной деятельности в России. Российский рынок конгрессного туризма и его перспективы развития. Рынок конференций.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 34
--	---	--------------------------------

Рентабельность рынка. Проблемы конгрессной деятельности в России. Ассоциации и профессиональные союзы.

Целью занятия является: формирование у обучающихся системы знаний в сфере развития конгрессно-выставочной деятельности в Российской Федерации как составной развития MICE индустрии.

Практические навыки. Навыки формирования продуктов конгрессно-выставочной деятельности, в том числе с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя

Задания по теме: Тематика докладов

1. Анализ современного состояния конгрессно-выставочной деятельности в России: основные тенденции и вызовы
2. Роль государственных программ и инициатив в развитии выставочного и конгрессного сектора РФ
3. Международные события по развитию конгрессно-выставочной индустрии в России
4. Современные технологии и инновации в организации выставочных мероприятий в РФ
5. Особенности развития выставочного бизнеса в регионах России: сравнительный анализ
6. Проблемы и перспективы развития занятости для проведения крупных конгрессов и выставок в России
7. Обзор санкций и геополитической ситуации в конгрессно-выставочной деятельности в РФ
8. Развитие международных и гибридных форм мероприятий в российской индустрии выставок и конгрессов
9. Анализ рынка выставочных услуг: спрос, предложение, конкурентные преимущества российских компаний.
10. Роль профессиональных ассоциаций и объединений в развитии промышленности конгрессно-выставочной деятельности РФ
11. Кейс-стади успеха российских выставочных проектов: опыт, достижения, уроки
12. Экологическая устойчивость и «зеленые» технологии в организации выставочных мероприятий в России
13. Проблемы кадрового и обеспечения специалистов отрасли выставок и конгрессов РФ
14. Государственная поддержка и регулирование рынка конгрессно-выставочной деятельности в России
15. Перспективы развития международного сотрудничества в сфере организации выставок и конференций на территории РФ

Раздел 2. Технологии организации и проведения конгрессно-выставочных мероприятий

Тема 2.1 Проектирование конгрессно-выставочного пространства

Вид занятия: семинар

Вопросы по теме:

Понятие «конгрессно-выставочное пространство». Функции конгрессно-



выставочного комплекса. Требования к планировке и зонированию конгрессно-выставочного пространства. Принципы эргономики и функциональности при проектировании выставочных залов и конференц-залов. Особенности проектирования многофункциональных пространств для проведения различных мероприятий. Основные этапы разработки проекта конгрессно-выставочного комплекса. Современные технологии и инновации

Целью занятия является: формирование у студентов навыков проектирования конгрессно-выставочных мероприятий, освоения основных методов предоставления услуг бизнес-центра, конференц - залов, организации и анализа эффективности дополнительной услуги.

Практические навыки. Навыки формирования продуктов конгрессно-выставочной деятельности, в том числе с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя

Вопросы для самопроверки:

1. Какие современные технологии и инновации применяются при проектировании таких объектов?
2. Объясните роль транспортной доступности и логистики при проектировании конгрессных центров.
3. Как обеспечить акустический комфорт и звукоизоляцию в зоне проведения мероприятий?
4. Какие требования предъявляются к системам освещения в конгрессно-выставочных пространствах?
5. Как следует относиться к людям с ограниченными возможностями при проектировании таких объектов?
6. Что такое концепция «гибкого пространства» и как она реализуется при проектировании конгрессных центров?
7. Какие экологические стандарты и принципы соответствуют развитию политики при проектировании каких-либо объектов?
8. Объясните внимание к системам безопасности и противопожарным мерам в проекте конгрессно-выставочного комплекса.
9. Как осуществить интеграцию современных технологий в дизайн и функционирование пространств?

Задания по теме: Тематика конкретных ситуаций

1. Проектирование Московского международного центра (ММДЦ «Москва-Сити») — интеграция бизнес-центров и выставочных деловых залов. Анализ архитектурных решений, планирования и технологий, обеспечения множества функций комплекса.
2. Создание выставочного комплекса в Екатеринбурге — особенности проектирования для региональных мероприятий. Особенности адаптации проекта под международный рынок и инфраструктуру.
3. Реализация проекта конгрессного центра в Санкт-Петербурге — использование современных технологий для повышения комфорта. Внедрение оставшихся систем, акустики и системной безопасности.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 36
--	---	--------------------------------

4. Модернизация выставочного пространства в Москве — обновление с учетом современных стандартов развития. Внедрение энергоэффективных решений, экологических материалов.
5. Проектирование гибкого выставочно-конгрессного комплекса в Краснодаре — создание multifunctional залов с окончанием трансформации. Использование мобильных перегородок, модульных систем.
6. Международный выставочный центр «Экспоцентр» — особенности проектирования для региональных масштабных международных мероприятий. Особенности логистики, транспортной доступности и мультязычной навигации.
7. Проектирование выставочного комплекса в условиях ограниченного городского пространства — решение проблем компактной застройки. Эффективное использование площадей, вертикальные решения.
8. Создание экологических объединений Конгрессно-выставочного центра — применение возобновляемых источников энергии, зеленых крыш, систем сбора дождевой воды.
9. Реализация проекта современного выставочного павильона для проведения тематических выставок и ярмарок. Особенности планировки, освещения и коммуникаций.
10. Проектирование универсального конференц-зала с отрицательными трансформациями в рамках различных типов мероприятий. Использование управляемых систем управления пространствами.

Тема 2.2 Планирование выставочных работ и выставочных программ

Вид занятия: семинар

Вопросы по теме:

Планирование выставочной деятельности. Основные компоненты выставочной программы. Этапы подготовки выставочного мероприятия. Разработка графика проведения выставки. Подбор участников и экспонентов для выставочной программы. Концепция выставочной экспозиции. Логистика и экспозиционное размещение на выставке. Маркетинг выставочных мероприятий. Эффективность выставки. Инструменты и технологии планирования выставочных работ. Методы взаимодействия с подрядчиками, спонсорами и участниками при реализации выставочной программы.

Целью занятия является: формирование у студентов знаний и умений планирования выставочных мероприятий, их организации и проведения, а также оценки эффективности.

Практические навыки. Навыки формирования продуктов конгрессно-выставочной деятельности, в том числе с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя

Вопросы для самопроверки:

- 1) Что включает в себя этап планирования выставочной деятельности?
- 2) Какие основные компоненты входят в состав выставочной программы?
- 3) Каковы основные этапы подготовки к проведению выставочного мероприятия?

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 37
--	---	--------------------------------

- 4) Какие факторы необходимо учитывать при разработке графики проведения выставки?
- 5) Как осуществляется подбор участников и экспонентов для выставочной программы?
- 6) Что такое концепция выставочной экспозиции, и как она разрабатывается?
- 7) Какие методы используются для определения стационарных выставок?
- 8) Как спланировать логистику и экспозиционное размещение на выставке?
- 9) Какие виды маркетинговых мероприятий предусматривают подготовку к выставке?
- 10) Как осуществляется контроль за выполнением плана строительных работ?
- 11) Что такое календарный план и как он помогает в организации выставочного мероприятия?
- 12) Какие риски могут возникнуть при планировании выставочных работ, и как их минимизировать?
- 13) Как оценить эффективность проводимой выставки и ее программных мероприятий?
- 14) Какие современные инструменты и технологии применяются для планирования и управления выставочными проектами?
- 15) Как взаимодействовать с подрядчиками, спонсорами и участниками при реализации выставочной программы?

Задания по теме: **Тематика конкретных ситуаций**

1. Организация международных промышленных выставок «Иннопром».

Описание:

Разработка комплексного плана подготовки и проведения крупного международного форума. Включает подбор участников, логистику, маркетинговый сдвиг, работу с подрядчиками и контроль сроков.

Особенности:

Многосекторная экспозиция

Интеграция онлайн-торговой платформы

Координация работы с международными представительствами

2. Планирование национальной выставки-ярмарки «Земля — наш дом»

Описание:

Программа мероприятий, включающая тематические секции, презентации, мастер-классы и культурные мероприятия. Важным аспектом было согласование графики с участниками и спонсорами.

Особенности:

Разработка календарного плана мероприятий на весь период выставки

Взаимодействие с участием представителей власти и бизнес-сообщества

3. Подготовка к тематической выставке в сфере технологий — «Цифровая трансформация»

Описание:

Разработка экспозиционной концепции, подбор экспонентов, создание маркетинговой кампании и логистики. Особое внимание уделялось синхронизации программных мероприятий с экспозицией.

Особенности:

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 38
--	---	--------------------------------

Использование электронной платформы для привлечения участников из других стран
 Создание интерактивных зон для промышленных технологий

4. Реализация выставочной программы для региональной сельскохозяйственной ярмарки.

Описание:

Планирование экспозиций фермерских хозяйств, проведение конкурсов и презентаций новых видов продукции. Важным было соблюдение сроков подготовки и согласование с администрациями.

Особенности:

Многоуровневая организация мероприятий внутри ярмарок

Взаимодействие с отключением средств массовой информации для событий освещения

5. Организация корпоративной внутренней выставки для крупной компании (B2B)

Описание:

Разработка индивидуальной программы для сотрудников и партнеров компании, подготовка презентационных зон, проведение деловых встреч и семинаров. Важна была точная координация всех этапов внутри компании.

Особенности:

Использование внутренней системы управления проектами для контроля сроков и задач

Создание интерактивных элементов для измерения оперативности участников

Задание: разбор кейса.

Реальный кейс: **Организация выставочной программы на международной выставке «Иннопром» (Россия, Екатеринбург)**

Контекст

«Иннопром» — одна из крупнейших международных промышленно-инновационных выставок в России, которая ежегодно собирает тысячи участников из более чем 50 стран. В рамках подготовки к выставке команда организаторов разрабатывает комплексную программу мероприятий, включающую экспозицию, деловую программу, презентации, конференции и культурные мероприятия.

Задачи

Разработать план подготовки экспозиции и деловой программы за 6 месяцев до мероприятия.

Обеспечить привлечение участников и спикеров из разных стран.

Скоординировать логистику экспонатов и участников.

Создайте маркетинговую поддержку для привлечения посетителей.

Обеспечить контроль выполнения всех этапов по графику.

Решения и действия

Планирование и календарное управление:

Разработан подробный календарный план с разбивкой по месяцам: подбор участников, согласование программных мероприятий, логистика, маркетинг. Использовалась система управления проектами (например, MS Project или Trello).

Работа с участниками:

Проведены серии онлайн-встречей с потенциальными экспонентами и спикерами.

Разработаны инструкции по подготовке экспонатов и презентаций.

Разработка деловой программы:

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС <i>Лист 39</i>
--	---	---------------------------------------

Включала тематические конференции, круглые столы, мастер-классы. Были привлечены эксперты в данной области.

Логистика:

Организована доставка экспонатов из разных стран с учетом таможенных требований. Созданы инструкции по монтажу и демонтажу экспозиций.

Маркетинг и продвижение:

Запущена рекламная кампания в соцсетях, СМИ, рассылки по базам посетителей и участников. Также использовалась онлайн-платформа для регистрации участников.

Контроль исполнения:

Регулярные заседания по выполнению статуса задачи, использование систем регистрации для идентификации прогресса.

Итоги

Все построенные работы были выполнены в срок.

Количество зарегистрированных участников превысило запланированные показатели.

Выставка прошла успешно: участники отметили высокий уровень организации, насыщенную деловую программу и интересные презентации.

Получена обратная связь для устранения следующих мер.

Тема 2.3 Экономические аспекты конгрессно-выставочной деятельности. Выставочный бюджет

Вид занятия: семинар

Вопросы по теме:

Выставочный бюджет. Оценка эффективности выставочного мероприятия. Факторы, определяющие стоимость выставочного мероприятия. Расчет стоимости участия для экспонатов. Затраты на привлечение участников. Государственная поддержка выставочной деятельности.

Целью занятия является: формирование у студентов знаний и умений планирования затрат организации и проведения конгрессно-выставочных мероприятий, составления бюджета мероприятия.

Практические навыки. Навыки формирования продуктов конгрессно-выставочной деятельности, в том числе с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя

Задания по теме:

1. Деловая игра

Деловая игра: «Формирование и управление выставочным бюджетом»

Цель: Развить умение планировать, вести учет и контролировать расходы организации при выставочном мероприятии, а также оценивать его экономический эффект

Участники: Команды по 3–5 человек (можно разделить участников по 2–3 команды).

Время: 60–90 минут

Этапы игры

1. Задача для команды



каждая — организаторы условной выставки. Вам необходимо подготовить выставочный бюджет на мероприятие, которое планируете провести через 6 месяцев. Ваша задача — определить статьи расходов, источники доходов и представить финансовый план.

2. Исходные данные (пример)

Предполагаемый доход:

Участие экспонентов: 50 экспонентов по 2000 у.е. = 100 000 у.е.

Продажа билетов посетителей: 3000 билетов по 20 у.е. = 60 000 у.е.

Спонсорские выплаты: 20 000 у.е.

Общий доход: около 180 000 у.е.

Статьи расходы (пример):

Аренда площадки: 30 000 у.е.

Оформление экспозиций и монтаж: 40 000 у.е.

Маркетинг и реклама: 20 000 у.е.

Организационные расходы (личные, охрана, логистика): 25 000 у.е.

Техническое обеспечение (звук, свет, интернет): 10 000 у.е.

Прочие расходы (непредвиденные): +10% от общего бюджета.

3. Задачи для команды

Разработайте подробный бюджет, распределите расходы по статьям.

Определить точки безубыточности.

Предложить меры по увеличению доходов или сокращению расходов.

Оценить возможную прибыль или убыток.

Представить свои расчеты и обосновать решения.

4. Обсуждение и анализ: После завершения расчетов команда презентует свой финансовый план:

Вопросы:

Какие статьи расходов они считают наиболее важными?

Какие меры предприняты для повышения эффективности?

Какой ожидаемый финансовый результат?

Ведущий подводит итоги, обсуждает ошибки и лучшие практики.

Варианты расширения

Внезапные ситуации (например, сокращение спонсорских взносов или увеличение затрат) и приходится корректировать бюджеты.

Провести сравнение между командами по эффективности планирования.

2. Разбор конкретных ситуаций

Кейс 1: «Планирование бюджета международных выставок»

Описание:

Организаторы планируют провести международную промышленную выставку. Бюджет включает расходы на аренду площадки, маркетинг, логистику, оформление и техническое обеспечение. Доходы предполагаются от участия экспонентов, продажи билетов и спонсорских спонсоров.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 41
--	---	--------------------------------

Задача:

Определить размер бюджета, исходя из предполагаемых доходов.

Рассчитать точку безубыточности.

Предложить меры по увеличению прибыли.

Вопросы для обсуждения:

Какие статьи расходов наиболее важны?

Как снизить риски превышения бюджета?

Какие дополнительные источники дохода можно получить?

Кейс 2: «Реакция на снижение спонсорских средств»

Описание:

За месяц до проведения выставки спонсорские скидки снизились на 30%, что существенно снижает общий доход. В результате возникает риск недофинансирования основных статей бюджета.

Задача:

Пересчитать бюджет с учетом небольших доходов.

Предложить меры по сокращению расходов или уменьшению доходов.

Оценить влияние на прибыльность мероприятия.

Вопросы для обсуждения:

Какие статьи расходов можно сократить без потерь качества?

Какие новые источники финансирования можно привлечь?

Как минимизировать негативные последствия?

Кейс 3: «Экономическая эффективность и окупаемость»

Описание:

После проведения выставки организаторы анализируют финансовые показатели: расходы составили 150 000 у.е., доход — 180 000 у.е., включая все источники.

Задача:

Рассчитать рентабельность мероприятия.

Определить официальное мероприятие было оправданным.

Предложить рекомендации по повышению эффективности в будущем.

Вопросы для обсуждения:

Что влияет на рентабельность?

Какие показатели следует учитывать при оценке эффективности?

Как улучшить финансовые результаты в следующий раз?

Кейс 4: «Бюджетирование организации на тематических выставках»

Описание:

Тематическая выставка команды терминала с ограниченным бюджетом — всего 50 000 у.е., Предполагаемые доходы — около 70 000 у.е.

Задача:

Разработать сбалансированный бюджет с учетом ограниченных ресурсов.

Определить приоритетные статьи расходов.

Предложить способы максимизации прибыли при ограниченном бюджете.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 42
--	---	--------------------------------

Вопросы для обсуждения:

Какие статьи расходов можно сократить или предотвратить?

Как привлечь больше посетителей и экспонентов при минимальных затратах?

Какие альтернативные источники финансирования возможны?

Тема 2.4 Технология рекламы и продвижения конгрессно-выставочных мероприятий

Вид занятия: семинар

Вопросы по теме:

Технологии рекламы и продвижения конгрессно-выставочного мероприятия. Рекламные каналы, инструменты и целевая аудитория конгрессно-выставочных мероприятий. Маркетинговая стратегия. PR-кампания. Методы стимулирования участия экспонентов и посетителей мероприятия. «Брендирование» конгрессно-выставочного мероприятия. Использование контент-маркетинга, инфлюенс-маркетинга. Эффективность рекламы и продвижения конгрессно-выставочного мероприятия.

Целью занятия является: формирование у студентов знаний и умений рекламы и продвижения конгрессно-выставочных мероприятий.

Практические навыки. Навыки формирования продуктов конгрессно-выставочной деятельности, в том числе с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя

Задания по теме:

Кейс 1: «Запуск рекламной кампании для международных выставок»

Описание:

Организация рекламной кампании для международной выставки

Задача:

Разработать эффект рекламной кампании.

Выбрать наиболее подходящие соединения (социальные сети, email-маркетинг, СМИ).

Определить ключевые сообщения и креативы.

Планировать сроки проведения рекламных мероприятий.

Вопросы для обсуждения:

Какие инструменты наиболее подходят для привлечения международной торговли?

Как измерить эффективность рекламных взглядов?

Какие риски связаны с выбранной стратегией?

Кейс 2: «Использование социальных сетей для продвижения региональной выставки»

Описание:

Команда по региональной выставке хочет привлечь как можно больше участников и посетителей через социальные сети. У них ограниченный бюджет, но есть активные аккаунты в Facebook, Instagram и ВКонтакте.

Задача:

Разработать план публикаций и рекламных постов.

Определить целевые группы по интересам и регионам.

Используйте таргетированную рекламу для увеличения охвата.

Внедрить механизмы обработки (конкурсы, опросы).

Вопросы для обсуждения:

Какие виды контента лучше всего работают в соцсетях?

Как правильно настроить таргетинг?

Какие метрики использовать для оценки эффективности?

Кейс 3: «PR-кампания для повышения узнаваемости мероприятия»

Описание:

Перед проведением крупного конгрессного мероприятия организаторы хотят повысить его узнаваемость среди профессионалов с помощью PR-инструментов.

Задача:

Разработать PR-стратегию: подготовка пресс-релизов, статей, интервью.

Связаться с отраслевыми СМИ и блогерами.

Организовать пресс-конференцию или онлайн-встречу с участниками.

Используйте кейс-контент для повышения интереса.

Вопросы для обсуждения:

Какие каналы наиболее эффективны для PR-продвижения?

Как подготовить материалы, чтобы они были интересны средствам массовой информации?

Как оценить результат PR-кампании?

Кейс 4: «Инновационные методы продвижения при ограниченном бюджете»

Описание:

Тематическая выставка «Маленькая консольная консоль» с очень ограниченным рекламным бюджетом. Необходимо найти нестандартные способы привлечения внимания без больших затрат.

Задача:

Предложить креативные идеи (например, коллаборации с локальными блогерами, вирусные видео).

Используйте партизанский маркетинг или партнерские программы.

Привлекать участников к созданию контента (UGC).

Вопросы для обсуждения:

Какие бесплатные или недорогие инструменты можно использовать?

Как мотивировать участников поделиться информацией о мероприятии?

Какие риски связаны с нестандартными методами?

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

8.1. Основная литература

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 : Издательство Юрайт, 2022. — 194 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 44
--	--	--

534-06841-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491577>

2. Фомичев, В. И. Выставочное дело : учебник для вузов / В. И. Фомичев. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 227 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12657-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493268>

3. Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для вузов / Н. В. Антонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 373 с. — (Высшее образование). Учебник и практикум для вузов / Гриф УМО. ВО. Научная школа: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва)

4. Петелин, В.Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления (060000), специальностям «Коммерция» (351300) и «Реклама» (350400) / В.Г. Петелин. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.- 447 с. - ISBN 978-5-238-00935-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028738>. – Режим доступа: по подписке.

5. Стровский, Л. Е. Основы выставочно-ярмарочной деятельности : учеб. пособие для вузов / Л.Е. Стровский, Е.Д. Фролова, Д.Л. Стровский [и др.] ; под ред. Л.Е. Стровского. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 288 с. - ISBN 5-238-00821-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039981>. – Режим доступа: по подписке.

6. Гусев В. В., Лебедева Т. И. Конгрессно-выставочная деятельность: теория и практика . — Москва: Академический проект, 2019.

8.2. Дополнительная литература

1. Кузнецов А. В., Иванова Е. А. Конгрессно-выставочная деятельность: учебное пособие . — Москва: Юрайт, 2018. — Современное пособие с теоретическими основами и практическими рекомендациями.

2. Петров А. И., Сидорова Е. М. Современные тенденции развития конгрессно-выставочной деятельности . // Журнал «Туризм и гостеприимство», 2020, № 3, с. 45–52.

3. Иванов С. В., Козлова Н. А. Инновационные технологии в организации выставочных мероприятий . // Вестник науки и образования, 2021.

4. Сологубова, Г. С. Экономика конгрессно-выставочной деятельности : учебник для вузов / Г. С. Сологубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 248 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496744>

5. ГОСТы и стандарты организации выставок (например, ГОСТ Р 51709-2001 «Выставки и ярмарки»).

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Электронно-библиотечная система ZNANIUM. Режим доступа: <https://znanium.com/>. Доступ свободный

2. Электронно-библиотечная система BOOK.ru. Режим доступа: <https://book.ru/>. Доступ свободный

3. Справочная правовая система (СПС) КонсультантПлюс. Режим доступа: <https://www.consultant.ru/>. Внутрисетевой доступ в читальном зале библиотеки и в компьютерных классах учебных корпусов.

4. Правительство Российской Федерации. Режим доступа: <http://government.ru/>. Доступ свободный

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 45
--	--	--

5. Министерство экономического развития Российской Федерации. Режим доступа: <https://www.economy.gov.ru/>. Доступ свободный
6. Официальный сайт Министерства финансов РФ. Режим доступа: <http://www.minfin.ru>.
7. Доступ свободный
8. Официальный сайт Федеральной налоговой службы. Режим доступа: <http://www.nalog.ru>. Доступ свободный
9. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Режим доступа: <http://www.gks.ru/>. Доступ свободный
10. Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы. Режим доступа: <https://fas.gov.ru/pages/contacts/contact-info/>. Доступ свободный
11. Общероссийская общественная организация «Российский союз промышленников и предпринимателей». Режим доступа: <https://rspp.ru/>. Доступ свободный
12. Профессиональное издательство. Практический журнал «ПЭО» (Планово-экономический отдел). Режим доступа: <https://www.profiz.ru/>. Доступ свободный
13. Профессиональное издательство. Практический журнал «Справочник экономиста». Режим доступа: <https://www.profiz.ru/>. Доступ свободный
14. Научный журнал «Современные проблемы сервиса и туризма». Режим доступа: <https://stcc.rgutupubl.org/index.php/1>. Доступ свободный
15. Словарь финансовых терминов и экономических понятий. Режим доступа: <https://fingramota.org/servisy/slovar>. Доступ свободный
16. Словари по экономике. Режим доступа: <http://economics.niv.ru/>. Доступ свободный

8.4. Перечень программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. Microsoft Windows
2. Microsoft Office
3. Портал открытых данных Российской Федерации (профессиональная база данных). Режим доступа: <http://data.gov.ru/>. Доступ свободный
4. Профессиональная база данных «Федеральная служба государственной статистики». Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/>. Доступ свободный
5. Центральная база статистических данных (ЦБСД) Федеральной службы государственной статистики [профессиональная база данных]. Режим доступа: <http://cbsd.gks.ru/>. Доступ свободный
6. Профессиональная база социологических данных Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Режим доступа: <https://bd.wciom.ru/>. Доступ свободный
7. База данных открытых проектов «ВЦИОМ» (профессиональная база данных). Режим доступа: https://profi.wciom.ru/open_projects/. Доступ свободный
8. База предприятий, компаний и организаций РФ по различным областям деятельности. Режим доступа: <http://www.baza-r.ru/enterprises/>. Доступ свободный
9. База данных о субъектах малого и среднего предпринимательства. Режим доступа: <https://rmsp.nalog.ru/>. Доступ свободный
10. База данных ИНИОН (профессиональная база данных). Режим доступа: <http://inion.ru/ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/>. Доступ свободный
11. Научная электронная библиотека E-library (информационно-справочная система). Режим доступа: <http://www.e-library.ru/>. Доступ свободный

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 46
--	---	--------------------------------

12. Российская книжная палата и Российская государственная библиотека (РГБ) (информационно-справочная система). Режим доступа: <https://www.rsl.ru/ru/rkp/>. Доступ свободный
13. Российская национальная библиотека (информационно-справочная система). Режим доступа: <https://nlr.ru/>. Доступ свободный
14. Научная электронная библиотека. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>. Доступ свободный
15. Национальная экономическая энциклопедия (информационно-справочная система). Режим доступа: <https://vocable.ru/>. Доступ свободный
16. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС). Режим доступа: <http://www.fedstat.ru/>. Доступ свободный
17. Информационно-справочная система Федерального образовательного портала «Экономика. Социология. Менеджмент». Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/docs/27572260/>. Доступ свободный
18. Информационно-справочная система Университетской информационной системы «Россия» (УИС Россия): финансовая статистика». Режим доступа: https://fingramota.econ.msu.ru/documents/financial_statistics/. Доступ свободный
35. UFI (Всемирная ассоциация выставочной индустрии) — <https://ufi.org>
36. Российская ассоциация выставочной индустрии (РИА) — <https://exhibitionrussia.com>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Процесс изучения дисциплины предусматривает контактную (работа на лекциях и занятиях семинарского) и самостоятельную (самоподготовка к лекциям и занятиям семинарского типа) работу обучающегося.

В качестве основных форм организации учебного процесса по дисциплине в предлагаемой методике обучения выступают лекционные занятия и занятия семинарского типа (с использованием активных и интерактивных технологий обучения), а так же самостоятельная работа обучающихся.

Занятия лекционного типа.

Лекция-презентация - это традиционно вузовская учебная лекция, сопровождаемая демонстрационным материалом презентационного характера. Для нее характерны высокий научный уровень, теоретические абстракции, имеющие большое практическое значение. Стиль такой лекции - четкий план, строгая логика, убедительные доказательства, краткие выводы.

Проблемная лекция характеризуется постановкой перед студентами учебных проблем-заданий, которые они должны самостоятельно решить, получив, таким образом, новые знания. В лекции сочетаются проблемные и информационные начала. Часть знаний обучающийся получает в виде готовых знаний, а часть добывает самостоятельно под руководством преподавателя. На этих лекциях процесс познания студентов приближается к поисковой, исследовательской деятельности. Смысловая нагрузка лекции смещается в сторону от изложения теоретического материала к формированию мотивации самостоятельного обучения через постановку проблем обучения и показ путей решения профессиональных проблем в рамках той или иной темы. При этом основным методом ведения лекции является метод проблемного изложения материала

Теоретические занятия (лекции) организуются по потокам. На лекциях излагаются темы дисциплины, предусмотренные рабочей программой, акцентируется внимание на



наиболее принципиальных и сложных вопросах дисциплины, устанавливаются вопросы для самостоятельной проработки. Конспект лекций является базой при подготовке к практическим занятиям, к экзаменам, а также самостоятельной научной деятельности.

Занятия семинарского типа.

Цель занятий семинарского типа заключается в выполнении студентами под руководством преподавателя комплекса учебных заданий направленных на усвоение научно-теоретических основ дисциплины, приобретение навыков овладения методами практической работы с применением современных информационных и коммуникационных технологий.

Занятия семинарского типа включают в себя семинары в формах круглых столов, семинаров-собеседований, а также практических занятий в форме выполнения решения кейсов.

Практические занятия способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов.

Самостоятельная работа обучающихся.

Целью самостоятельной (внеаудиторной) работы обучающихся является обучение навыкам работы с научно-теоретической, периодической, научно-технической и методической литературой, необходимыми для углубленного изучения дисциплины «Организация конгрессно-выставочной деятельности», а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному изучению и изложению полученной информации.

Основными задачами самостоятельной работы обучающихся являются:

- овладение методиками;
- наработка профессиональных навыков;
- приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности

студентов.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине обеспечивает:

- закрепление знаний, полученных студентами в процессе лекционных и практических занятий;
- формирование навыков работы с периодической, научно-технической литературой и технической документацией;
- приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности студентов.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося.

Формы самостоятельной работы

Перечень тем самостоятельной работы студентов по подготовке к занятиям лекционного и семинарского типа соответствует тематическому плану рабочей программы дисциплины.

Самостоятельная работа студента предусматривает следующие виды работ:

- подготовка к дискуссии,
- систематизация полученных сведений на практических занятиях,
- изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике.

Изучение дисциплины «Организация конгрессно-выставочной деятельности» базируется на использовании материалов учебной, научной и практической литературы соответствующей направленности, научных публикаций, материалов периодической



печати, практических данных о деятельности субъектов рынка гостиничных услуг. Прежде всего, студенту необходимо ознакомиться с тематикой и программой дисциплины и подобрать соответствующую учебную и специальную литературу.

Читать рекомендуемую литературу следует в спокойной обстановке, не отвлекаясь на посторонние дела и беседы. Вдумчивое чтение оградит от необходимости повторного изучения материала.

Если конспектировать усвоенный материал в процессе самостоятельной работы, то процесс запоминания будет эффективнее. Собственные конспекты позволят в любое время восстановить необходимые знания. Конспектирование прочитанного материала удобнее вести в тетради для конспектов лекций, посвящая ему отдельные разделы. Определения основных понятий лучше всего выделить другим цветом или пометить маркером. Для того, чтобы библиографический источник был узнаваем, нужно делать грамотные ссылки на него: ссылка размещается в конце страницы и содержит указание автора, наименование работы, город издания, издательство, год издания, страницу. Необходимо консультироваться с ведущим преподавателем, показывать ему зримые результаты самостоятельной работы в виде конспектов и выполненных индивидуальных заданий. Это позволит своевременно скорректировать процесс самостоятельного изучения проблем управления гостиничным бизнесом.

Если при чтении рекомендуемой литературы возникли вопросы или несогласия с авторами, необходимо отметить это в домашнем конспекте. Во время консультации непонятные моменты обсуждаются с ведущим преподавателем. Поскольку управление гостиничным бизнесом развивающаяся прикладная наука, в ней существует множество неисследованных областей. Ознакомление с трудами ученых в этой области может способствовать активизации научной деятельности студента.

10. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

Вид учебных занятий по дисциплине	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования
Занятия лекционного типа, групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль, промежуточная аттестация	Учебная аудитория Специализированная учебная мебель ТСО: Переносное видеопроекторное оборудование Доска
Занятия семинарского типа	Учебная аудитория Специализированная учебная мебель ТСО: Переносное видеопроекторное оборудование Доска
Самостоятельная работа обучающихся	Помещение для самостоятельной работы, Специализированная учебная мебель ТСО: Видеопроекторное оборудование Автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть "Интернет" Доска Помещение для самостоятельной работы в читальном зале

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС <i>Лист 49</i>
---	---	--

	Научно-технической библиотеки университета, специализированная учебная мебель автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», интерактивная доска
--	---