Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.10.2026 17:00:21
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf37e8[illegible]

Образовательное частное учреждение высшего образования

«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»

(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

ФАКУЛЬТЕТ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
(МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДИПЛОМАТИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ)

УТВЕРЖДАЮ
Директор Международного
дипломатического колледжа
_____ Н.И. Платонова
«16» февраля 2026г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
Подготовка и сопровождение проведения выставок

Специальность38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность
квалификация: специалист конгрессно-выставочной деятельности

на базе среднего общего образования

Форма обучения: очная

Москва

Образовательная программа подготовки специалистов среднего звена.38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность /– М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова

Образовательная программа подготовки специалистов среднего звена составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность, утвержденного приказом Минпросвещения России от 30.06.2025 г. №503 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность

Организация-разработчик:	Образовательное частное учреждение высшего образования «Московский университет имени А. С. Грибоедова»
Ответственные рецензенты:	М. К. Чистякова, к. э. н, доцент, декан экономического факультета ОАНО ВО «Московский психолого-социального университета» К.Г. Авагимов, генеральный директор ООО «СтройГарант Инжиниринг»

Программа подготовки специалистов среднего звена рассмотрена и одобрена на заседании Международного дипломатического колледжа «16» февраля 2026 г., протокол №6

Директор Международного
дипломатического колледжа_____/Н.И. Платонова

Согласовано от Библиотеки_____/О. Е. Стёпкина

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ..... МОДУЛЯ.....3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....21
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ..... МОДУЛЯ.....23

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности «Подготовка и сопровождение проведения выставок» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

Иметь навыки	поиск, внесение и обновление контактных данных новых потенциальных участников торгово-промышленных выставок, мероприятий деловой и дополнительной программы выставок в клиентскую базу; выборка по базе данных потенциальных участников для осуществления работы по привлечению участников торгово-промышленных выставок, мероприятий деловой и дополнительной программы выставок подготовка презентаций, информационных писем и приглашений для привлечения к участию в торгово-промышленной выставке различных групп потенциальных участников; консультирование потенциальных участников о торгово-промышленной выставке, мероприятиях деловой и дополнительной программы выставки в соответствии с их интересами и запросами; сбор необходимой заявочной документации для регистрации организации в качестве участника торгово-промышленной выставки подготовка текстового и иллюстративного материала для включения в презентационные и маркетинговые материалы торгово-промышленной выставки, в том числе обработка

1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	**Наименование общих компетенций**
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	**Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций**
ВД 1	Подготовка и сопровождение выставок
ПК 1.1.	Формировать базы данных участников торгово-промышленных выставок, а

	также мероприятий деловой и дополнительной программы выставок.
ПК 1.2.	Осуществлять коммуникации с целью привлечения участников выставок с использованием современных средств связи.
ПК 1.3.	Разрабатывать информационные материалы о выставках.
ПК 1.4.	Вести документооборот выставки, в том числе электронный.
ПК 1.5.	Консультировать участников выставки по вопросам организации их участия.

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

	материалов для обеспечения правильности приводимых цитат, имен, цифр и фактических данных; подготовка текстов пресс-релизов, пост-релизов, новостей для размещения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и деловых изданиях подготовка, оформление, изменение необходимых заявочных документов от потенциальных участников в торгово-промышленной выставке; оформление документов на оплату участником торговопромышленной выставки заказанных услуг, а также документов, подтверждающих факт оказания выставочных услуг в соответствии с заявочной документацией проведение консультаций по запросу участников торговопромышленной выставки; формирование комплекта информационных материалов по эффективному участию в торгово-промышленной выставке для размещения на сайте торгово-промышленной выставки или выставочной организации для быстрого доступа участников торгово-промышленной выставки
уметь	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте, анализировать и выделять её составные части; определять этапы решения задачи, составлять план действия, реализовывать составленный план, определять необходимые ресурсы; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития

	и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности, выявлять источники финансирования презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности определять источники достоверной правовой информации составлять различные правовые документы находить интересные проектные идеи, грамотно их формулировать и документировать оценивать жизнеспособность проектной идеи, составлять план проекта классифицировать потенциальных участников торгово-промышленной выставки, мероприятий деловой и дополнительной

	программы выставок по возможной заинтересованности в участии в торгово-промышленной выставке; работать с деловыми электронными и интернет-справочниками, основными программами офисных программных пакетов по управлению клиентскими базами, управлению организацией создавать мультимедиа-презентации с помощью специализированного программного обеспечения; осуществлять коммуникации с разными типами клиентов, определять запросы потенциального клиента, работать с возражениями; вести деловую переписку пользоваться информационно-коммуникационными технологиями для поиска информации; разрабатывать тексты рекламных и информационных сообщений для размещения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и деловых изданиях; определять актуальные темы публикаций о торговопромышленных выставках для целевой аудитории определять набор заявочных документов, которые необходимо оформить для конкретного участника в зависимости от набора заказанных им выставочных услуг и формы участия в торговопромышленной выставке; организовывать систематизированное хранение бумажных и электронных документов; осуществлять почтовый и электронный документооборот осуществлять коммуникации с использованием современных средств связи (видеоконференции, вебинары); применять методы и способы эффективной деловой коммуникации с учетом индивидуальных особенностей потенциального

	участника; планировать и применять тактику проведения переговоров; разрабатывать информационные материалы методического характера
знать	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; структура плана для решения задач, алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; основные источники информации и ресурсы для решения задач и/или проблем в профессиональном и/или социальном контексте; методы работы в профессиональной и смежных сферах; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология возможные траектории профессионального развития и самообразования основы предпринимательской деятельности, правовой и финансовой грамотности правила разработки презентации основные этапы разработки и реализации проекта методы и инструменты работы с базами данных;
	виды и особенности организационных структур организаций и сферы ответственности руководителей и специалистов деловой этикет и основы делопроизводства; методы эффективных публичных выступлений и презентаций; английский язык (письменный и устный) на среднем уровне в сфере выставочной деятельности; методы ведения деловых переговоров; этические нормы профессиональной деятельности методы разработки рекламных и информационных текстов; технологии и методы поиска информации; этические нормы профессиональной деятельности основы бухгалтерского учета; нормативные правовые акты в сфере организации коммерческого документооборота; основы документооборота; этические нормы профессиональной деятельности основы психологии; основы этики делового общения и межкультурной коммуникации; технологии организации эффективного участия в выставке; современные тенденции в сфере организации коммуникаций на выставке, оформления выставочных стендов, выставочного оборудования; история выставочного дела и индустрии встреч; этические нормы профессиональной деятельности

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля очной формы

Структура профессионального модуля очной формы

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Суммарный объем нагрузки, час.	Объем профессионального модуля, ак. час.							
			Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем					Самостоятельная работа	Консультации	Промежуточная аттестация
			Обучение по МДК			Практики				
			Всего	В том числе		Учебная	Производственная			
				Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ОК 01, 03, ПК 1.1. - 1.5.	МДК.01.01 Организация выставки	162	150	68				6	-	6
	МДК.01.02 Продвижение выставочного продукта и услуг	76	68	22	20			2	2	6
	Учебная практика	72				72				
	Производственная практика	72					72			
	Экзамен по модулю	6								6
Всего:		**388**	**218**	**90**	**20**	**72**	**72**	**8**	**2**	**18**

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа (проект)	Объем в часах очной формы
1	2	3
МДК.01.01 Организация выставки		**162**
Модуль 1. Организация выставки		**156**
Тема 1.1. Обзор рынка торгово-промышленных выставок (ТПВ)	**Содержание учебного материала** Понятие «торговая» и «торгово-промышленная выставка». Функции выставок. Цели и задачи организаторов. Материально-техническая база торговых выставок. Тематика торговых и торгово-промышленных выставок. Выставочная индустрия развитых стран. Характеристика крупнейших зарубежных центров выставочной деятельности. Тенденции развития выставочно-ярмарочной деятельности в мире. Анализ структуры и динамики развития индустрии выставок, ярмарок и салонов. Характеристика международной нормативно-правовой базы выставочно-ярмарочной деятельности. Инновационные тенденции развития выставочной деятельности в России и мире. Современные тенденции в сфере организации коммуникаций на выставке. История выставочного дела и индустрии встреч	7
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ Обзор рынка торгово-промышленных выставок (ТПВ)	6
	Самостоятельная работа Работа над учебным материалом, ответы на контрольные вопросы. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, разделам учебных пособий, составленным преподавателем).	2
Тема 1.2. Классификация выставочных	**Содержание учебного материала** Классификация выставок по географическому составу экспонентов (всемирные, международные, выставки с международным участием, национальные,	7

мероприятий	межрегиональные, местные). Классификация по тематическому или отраслевому признаку (универсальные и специализированные (многоотраслевые и отраслевые)). Классификация по степени значимости (федерального, межрегионального,	

	регионального, местного значения). Классификация по времени функционирования (постоянно действующие, временные, краткосрочные). Классификация по организационному признаку (выставки-ярмарки, выставка-конференция, выставка форум, выставка-салон). Классификация по территориальному признаку (проводимые внутри страны и на территории других стран).	
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ Классификация выставочных мероприятий	6
	Самостоятельная работа Работа над учебным материалом, ответы на контрольные вопросы. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, разделам учебных пособий, составленным преподавателем).	2
Тема 1.3. Оформление выставочного пространства	**Содержание учебного материала** Концепция торгово-промышленной выставки, основные цели и задачи, структура мероприятия. Выставочный дизайн и художественное оформление. Технические и хозяйственные помещения. Методика построения экспозиционного плана информационно-техническое оснащение; формирование индивидуальных застроечных модулей, их типы и зависимость от целей устроителей и характера выставки. Выставочное оборудование. Застройка выставочного павильона (организация процесса въезда экспонентов, ввоза оборудования, контроль за состоянием стендов и оборудования, состоянием противопожарной безопасности). Организация оборудования сцены, звука, художественного оформления павильона. Организация сервис-бюро.	7
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ Основные понятия, принципы и методы построения экспозиции. Характеристика основных видов экспозиции. Разработка тематико-экспозиционного плана. Типология и оборудование выставочных (экспозиционных) комплексов.	6

	Выставочный дизайн и его особенности.	
	Самостоятельная работа Работа над учебным материалом, ответы на контрольные вопросы. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, разделам учебных пособий, составленным преподавателем).	-
Тема 1.4. Технологии подготовки выставки	**Содержание учебного материала** Технология работ по организации участия в выставке. Создание рабочих групп и дирекции выставки. Методы организации, формы участия и работы на стенде.	7

	Финансовый план выставки. Планирование и координация действий в период подготовки выставки. Значение выставочного стенда в организационном процессе. Подбор и обучение персонала. Учет запросов посетителей выставки. Определение целесообразности участия в выставочном мероприятии. Технологии организации эффективного участия в выставке. Разработка информационных материалов методического характера.	
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ Технологии подготовки выставки Значение выставочного стенда в организационном процессе. Определение целесообразности участия в выставочном мероприятии. Консультирование участников выставки по вопросам организации их участия	6
	Самостоятельная работа Работа над учебным материалом, ответы на контрольные вопросы. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, разделам учебных пособий, составленным преподавателем).	-
Тема 1.5. Документооборот выставки, в том числе электронный	**Содержание учебного материала** Подготовка, оформление, изменение необходимых заявочных документов от потенциальных участников в торгово-промышленной выставке. Оформление документов на оплату участником торгово-промышленной выставки заказанных услуг, а также документов, подтверждающих факт оказания выставочных услуг в соответствии с заявочной документацией. Нормативные правовые акты в сфере	7

	организации коммерческого документооборота. Этические нормы профессиональной деятельности.	
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ Документооборот выставки, в том числе электронный	6
	Самостоятельная работа Работа над учебным материалом, ответы на контрольные вопросы. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, разделам учебных пособий, составленным преподавателем).	2
Тема 1.6. **Организация деловой программы выставки**	**Содержание учебного материала** Виды мероприятий программы выставки. Специфика организации деловой программы на выставке. Методика 4P и FollowUp. Планирование и дизайн программы. Реклама и информирование потенциальных участников. Выбор, оборудование и оформление помещений. Методы эффективных публичных выступлений и презентаций.	7

	Консультирование потенциальных участников о торгово-промышленной выставке, мероприятиях деловой и дополнительной программы выставки в соответствии с их интересами и запросами	
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ Организация деловой программы выставки	6
	Самостоятельная работа Работа над учебным материалом, ответы на контрольные вопросы. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, разделам учебных пособий, составленным преподавателем).	-
Тема 1.7. **Спонсорство на выставке**	**Содержание учебного материала** Виды спонсорства на выставке. Положение о спонсорстве. Разработка пакета предложений для потенциальных спонсоров	7
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ Спонсорство на выставке	6
	Самостоятельная работа	-

	Работа над учебным материалом, ответы на контрольные вопросы. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, разделам учебных пособий, составленным преподавателем).	
Тема 1.8. Сервисное обслуживание на выставках	**Содержание учебного материала** Понятие о сервисном обслуживании. Виды предоставляемых сервисных услуг. Выбор и привлечение организаций, предприятий, фирм по предоставлению услуг. Маркетинг сервисных услуг. Виды дополнительных услуг. Формы предоставления услуг и виды оплаты. Услуги по транспортно-экспедиторской обработке выставочных грузов. Услуги по рекламе. Услуги для участников по предоставлению визовой поддержки, бронированию гостиницы, трансферу. Услуги по организации деловой и культурной программы. Международные требования к номенклатуре и качеству услуг.	7
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ Сервисное обслуживание на выставках	6
	Самостоятельная работа Работа над учебным материалом, ответы на контрольные вопросы. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, разделам учебных пособий, составленным преподавателем).	-
Тема 1.9 Информационная	**Содержание учебного материала** Пресс-служба выставки как механизм обеспечения PR в СМИ. Рекламная кампания в	7

поддержка выставки	СМИ. Интернет-продвижение торгово-промышленной выставки	
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ Информационная поддержка выставки	5
	Самостоятельная работа Работа над учебным материалом, ответы на контрольные вопросы. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, разделам учебных пособий, составленным преподавателем).	-
Тема 1.10. Составление сметы	**Содержание учебного материала** Смета расходов – необходимая составляющая при планировании выставки. Методика	7

расходов	расчетов и ее основные статьи расходов	
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ Бюджетирование на выставке.	5
	Самостоятельная работа Работа над учебным материалом, ответы на контрольные вопросы. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, разделам учебных пособий, составленным преподавателем).	-
Тема 1.11. Оценка эффективности выставки	**Содержание учебного материала** Разработка заявки и договора для участников выставки. Методы формирования цен на предоставление услуг организаторов выставки. Организация процесса регистрации. Предоставляемые дополнительные услуги и их оформление. Завершение выставочного мероприятия и оформление соответствующей документации.	6
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ Организация взаимодействия участников и организаторов выставочного мероприятия	5
	Самостоятельная работа Работа над учебным материалом, ответы на контрольные вопросы. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, разделам учебных пособий, составленным преподавателем).	-
Тема 1.12. Оценка эффективности выставки	**Содержание учебного материала** Коммуникативная эффективность. Экономическая эффективность. Выставочный аудит. Процедура сбора и анализа статистических данных выставки. Выставка как инструмент исследования рынка и потребительских предпочтений. Формирование комплекта информационных материалов по эффективному участию в торговопромышленной выставке для размещения на сайте торгово-промышленной выставки или выставочной организации для быстрого доступа участников торгово-	6

	промышленной выставки. Современные тенденции в сфере организации коммуникаций на выставке,	
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ Оценка эффективности выставки	5

	Самостоятельная работа Работа над учебным материалом, ответы на контрольные вопросы. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, разделам учебных пособий, составленным преподавателем).	-
Консультации		**-**
Промежуточная аттестация: дифференцированный зачет		**6**
Всего:		**162**
МДК.01.02 Продвижение выставочного продукта и услуг		**76**
Модуль 1. Продвижение выставочного продукта и услуг		**48**
Тема 1.1. **Управление каналами распределения и продаж выставочного продукта и услуг**	**Содержание учебного материала** Разработка стратегии ценообразования на выставочные продукты и услуги. Методы определения цены. Корректировка цены. Управление каналами распределения и продаж выставочного продукта и услуг. Методы и инструменты работы с базами данных, виды и особенности организационных структур организаций и сферы ответственности руководителей и специалистов. Типы маркетинговых посредников. Виды распределения выставочного продукта и услуг. Поставщики и подрядчики. Сервисные сети и аутсорсинг в выставочной индустрии. Продавцы. Актуальная нормативноправовая документация, современная научная и профессиональная терминология, возможные траектории профессионального развития и самообразования.	3
	В том числе, практических и лабораторных занятий Управление каналами распределения и продаж выставочного продукта и услуг	2
	Самостоятельная работа Работа над учебным материалом, ответы на контрольные вопросы. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, разделам учебных пособий, составленным преподавателем).	-
Тема 1.2. **Разработка эффективной программы коммуникаций выставочного продукта и**	**Содержание учебного материала** Программа коммуникаций и место выставочного продукта и услуг в жизненном цикле продукта. Зависимость программы коммуникаций от стадии готовности экспонента к покупке. Разработка программы коммуникаций с учетом сегментации экспонентов. Посетители как элемент маркетинга выставочного продукта и услуг. Личные продажи	3

услуг	в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг. Спонсорство как диверсифицированное рыночное предложение в выставочной индустрии. Технологии прямого маркетинга в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг. Осуществление коммуникации с использованием современных средств связи (видеоконференции, вебинары), применение методов и способов эффективной деловой коммуникации с учетом индивидуальных особенностей потенциального участника, планирование и применение тактики проведения переговоров, разработка информационных материалов методического характера.	
	В том числе, практических и лабораторных занятий Разработка эффективной программы коммуникаций выставочного продукта и услуг	2
	Самостоятельная работа Работа над учебным материалом, ответы на контрольные вопросы. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, разделам учебных пособий, составленным преподавателем).	-
Тема 1.3. Технологии прямого маркетинга в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг	**Содержание учебного материала** Телемаркетинг. Прямая рассылка. Почтовая рассылка. Правило «40-40-20». Оценка эффективности почтовой рассылки. Другие виды прямой рассылки.	3
	В том числе, практических и лабораторных занятий Технологии прямого маркетинга в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг.	3
	Самостоятельная работа Работа над учебным материалом, ответы на контрольные вопросы. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, разделам учебных пособий, составленным преподавателем).	-
Тема 1.4. Стимулирование сбыта в комплексе маркетинговых коммуникаций	**Содержание учебного материала** Демонстрации на родственной или конкурирующей выставке. Составление правильного плана-графика распространения продукции (определение мест концентрации сегментированной аудитории). Промо-акции. Купоны. Сувениры. Премии. Скидки. Дополнительные услуги. Развлечения. Видеобуклеты. Конкурсы.	3

выставочного продукта и услуг	Буклеты.	
	В том числе, практических и лабораторных занятий Стимулирование сбыта в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг.	3

	Самостоятельная работа Работа над учебным материалом, ответы на контрольные вопросы. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, разделам учебных пособий, составленным преподавателем).	-
Тема 1.5. Технологии рекламы выставочного продукта и услуг в СМИ	**Содержание учебного материала** Исследования и планирование. Основы предпринимательской деятельности, правовой и финансовой грамотности, правила разработки презентации. Этапы рекламной кампании выставочного продукта и услуг. Основы бухгалтерского учета, нормативные правовые акты в сфере организации коммерческого документооборота, основы документооборота, этические нормы профессиональной деятельности. Формы работы со СМИ. Разработка рекламной стратегии. Реклама в прессе. Реклама на телевидении. Реклама на радио. Наружная реклама.	3
	В том числе, практических и лабораторных занятий Технологии рекламы выставочного продукта и услуг в СМИ	3
	Самостоятельная работа Работа над учебным материалом, ответы на контрольные вопросы. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, разделам учебных пособий, составленным преподавателем).	-
Тема 1.6. Продвижение выставочного продукта и услуг в Интернете	**Содержание учебного материала** Роль и специфика рекламы в Интернете. Виды представительства выставки в Сети. Интернет-маркетинг выставочного продукта и услуг.	3
	В том числе, практических и лабораторных занятий Продвижение выставочного продукта и услуг в Интернете	3
	Самостоятельная работа	-

	Работа над учебным материалом, ответы на контрольные вопросы. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, разделам учебных пособий, составленным преподавателем).	
Тема 1.7. Паблик рилейшнз на выставочном поле	**Содержание учебного материала** Цели, задачи, инструменты общественных связей на выставочном поле. Работа с профессиональными и общественными отраслевыми объединениями. Деловой этикет и основы делопроизводства методы эффективных публичных выступлений и презентаций английский язык (письменный и устный) на среднем уровне в сфере выставочной деятельности методы ведения деловых переговоров, этические нормы профессиональной деятельности. Обеспечение государственной поддержки выставки.	3

	Общественная деятельность, паблисити. Презентации и специальные проекты выставочного продукта и услуг. Методическая и научная деятельность, исследования и статистика. Международные связи. Приемы, деловые встречи. Паблик рилейшнз в СМИ. Специфика технологий паблик рилейшнз в СМИ. Пресс-служба выставки как механизм обеспечения PR в СМИ. Организация пресс-конференций выставочного продукта и услуг.	
	В том числе, практических и лабораторных занятий Паблик рилейшнз на выставочном поле	3
	Самостоятельная работа Работа над учебным материалом, ответы на контрольные вопросы. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, разделам учебных пособий, составленным преподавателем).	-
Тема 1.8. Специфика рекламных и информационных материалов выставочного продукта и услуг в СМИ. Вербальный и визуальный ряд	**Содержание учебного материала** Особенности информационных материалов выставочного продукта и услуг в периодической печати, на телевидении и радиовещании. Разновидности информационных материалов в прессе. Жанровое разнообразие эфирной журналистики. Особенности рекламного обращения выставки. Вербальный и визуальный ряд рекламного обращения. Жанровая специфика рекламы. Название выставки как ядро вербального ряда выставочной рекламы. Визуальный ряд рекламы выставки. Товарный знак выставки. Фирменный стиль выставки. Особенности разработки печатного	3

рекламных сообщений выставки	рекламного обращения выставки. Рекламные обращения выставки в теле- и радиоэфире. Разработка информационных писем выставки. Печатная полиграфическая продукция. Рекламные буклеты. Каталоги. Мультимедийная презентация выставочного проекта. Сувенирная и наградная продукция. Использование фото- и видеоматериалов выставочного продукта и услуг. Подготовка текстового и иллюстративного материала для включения в презентационные и маркетинговые материалы торгово-промышленной выставки, в том числе обработка материалов для обеспечения правильности приводимых цитат, имен, цифр и фактических данных. Подготовка текстов пресс-релизов, пост-релизов, новостей для размещения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и деловых изданиях.	
	В том числе, практических и лабораторных занятий Специфика рекламных и информационных материалов выставочного продукта и услуг в СМИ. Вербальный и визуальный ряд рекламных сообщений выставки	3
	Самостоятельная работа	2

	Работа над учебным материалом, ответы на контрольные вопросы. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, разделам учебных пособий, составленным преподавателем).	
Консультации		**2**
Промежуточная аттестация: экзамен		**6**
Всего:		**76**
Курсовая работа (проект) Согласование и утверждение темы курсовой работы. Работа с литературой, составление плана работы. Определение цели и задач курсовой работы, работа над вводной частью. Работа над теоретической частью. Проведение анализа, определение ключевых решений. Разработка графической части курсовой работы (если требуется). Описание практических разработок и проведение предварительной оценки. Работа над заключительной частью. Подготовка к защите курсовой работы. Защита курсовой работы. Примерные темы 1. Отражение русской ярмарки в произведениях русских писателей, поэтов, художников. 2. Первые крупные ярмарки на Руси. 3. История Нижегородской ярмарки.		**20**

4. Анализ развития ВЯД в России и за рубежом. 5. Крупнейшие выставочные центры мира. 6. Крупнейшие выставки мира. 7. Международные выставки, проводимые в России. 8. Структуры, способствующие развитию и координации ВЯД на международном уровне. 9. Международные туристические выставки. 10. Экономические аспекты выставочной деятельности. 11. Основные виды стендов для закрытых помещений. 12. Планирование и оформление выставочной площади. 13. Особенности работы на стенде. 14. Персонал стенда. 15. Психология коммуникации с посетителями. 16. Типы посетителей. 17. Психология коммуникации со СМИ. 18. Мероприятия, сопутствующие выставке. 19. Основные статьи затрат на участие в выставке. 20. Психологические требования, обеспечивающие правильное проектирование стенда. 21. Экспонаты стенда.	

22. Основные стендовые услуги. 23. Анализ развития ВЯД, на примере города 24. Реклама на выставке. 25. Предвыставочная рекламная кампания	
Учебная практика Вид работ: Обзор рынка торгово-промышленных выставок (ТПВ) Классификация выставочных мероприятий Оформление выставочного пространства Технологии подготовки выставки	**72**

Документооборот выставки, в том числе электронный Организация деловой программы выставки Современные тенденции в сфере организации коммуникаций Методы эффективных публичных выступлений и презентаций Методы ведения деловых переговоров Консультирование потенциальных участников о торгово-промышленной выставке, мероприятиях Деловой и дополнительной программы выставки в соответствии с их интересами и запросами Подготовка презентаций, информационных писем и приглашений для привлечения к участию в Торговопромышленной выставке различных групп потенциальных участников Основы психологии. Основы этики делового общения и межкультурной коммуникации. Технологии организации эффективного участия в выставке Консультировать участников выставки по вопросам организации их участия Спонсорство на выставке Сервисное обслуживание на выставках Информационная поддержка выставки Составление сметы расходов Организация взаимодействия участников и организаторов выставочного мероприятия Оценка эффективности выставки Управление каналами распределения и продаж выставочного продукта и услуг. Разработка эффективной программы коммуникаций выставочного продукта и услуг. Технологии прямого маркетинга в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг. Стимулирование сбыта в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг. Технологии рекламы выставочного продукта и услуг в СМИ. Продвижение выставочного продукта и услуг в Интернете.	

Паблик рилейшнз на выставочном поле. Специфика рекламных и информационных материалов выставочного продукта и услуг в СМИ. Вербальный и визуальный ряд рекламных сообщений выставки.	
Производственная практика Виды	**72**

работ: Ознакомление с деятельностью организации. Ознакомление с правилами внутреннего распорядка и техникой безопасности на рабочем месте. Ознакомление с учредительными документами и Уставом торгово-промыщленной выставки. Ознакомление с приказом об учетной политике организации. Подготовка, оформление, изменение необходимых заявочных документов от потенциальных участников в торговопромышленной выставке Оформление документов на оплату участником торгово-промышленной выставки заказанных услуг, а также документов, подтверждающих факт оказания выставочных услуг в соответствии с заявочной документацией Подготовка презентаций, информационных писем и приглашений для привлечения к участию в торговопромышленной выставке различных групп потенциальных участников SWOT-анализ - это метод стратегического планирования, основанный на оценке факторов, влияющих на развитие компании. ТПВ Ознакомление с правилами оформления выставочного пространства Изучение технологий подготовки выставки Изучение процесса организация деловой программы выставки Определение места спонсорства на выставке Ознакомление с сервисным обслуживанием на выставках Ознакомление с разнообразием информационной поддержки выставки Сбор необходимой заявочной документации для регистрации организации в качестве участника торговопромышленной выставки Изучение методики составления сметы расходов на организацию выставки Ознакомление с процессом организации взаимодействия участников и организаторов выставочного мероприятия. Изучение способов оценка эффективности выставки. Разработка стратегии управления каналами распределения и продаж выставочного продукта и услуг. Разработка эффективной программы коммуникаций выставочного продукта и услуг. Изучение технологии прямого маркетинга в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг. Изучение приемов стимулирования сбыта в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг.	

Планирование и разработка рекламы выставочного продукта и услуг в СМИ. Изучение стратегии продвижения выставочного продукта и услуг в Интернете. Использование приемов паблик рилейшнз на выставочном поле Изучение специфики рекламных и информационных материалов выставочного продукта и услуг в СМИ Разработка вербального и визуального ряда рекламных сообщений выставки. Сбор исходной информации для выполнения дипломной работы (проекта)	
Промежуточная аттестация: экзамен по модулю	**6**
Всего:	**388**

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения

Реализация профессионального модуля происходит в кабинете «Выставочный зал», который предназначен для проведения теоретических и практических занятий по междисциплинарному курсу.

Оборудование учебного кабинета: рабочие места обучающихся; рабочее место преподавателя; технические средства обучения: мультимедийный комплекс (проектор, экран), компьютер, колонки; оборудование: камера видеонаблюдения; доска меловая. Помещение для самостоятельной и воспитательной работы: столы, стулья, ПК обучающихся, программное обеспечение: 1С Предприятие, OnlyOffice (AGPLv3), GIMP (GNU GPL 3), Krita (GNU GPL 3), Inkscape (GNU GPL 3),
SciLab (CeCILL), Kaspersky Endpoint Security, Агент администрирования Kaspersky Security Center, Mozilla Firefox (MPL 2), Apache NetBeans IDE (Apache License 2), Notepadqq (GNU GPL 3), VSCodium (MIT), Mono Development IDE (MIT), PyCharm Community Edition (Apache License 2), Android Studio (Apache License 2), Python (Python Software Foundation License), Java (GNU GPL), Node.js (MIT), Git (GNU GPL 2), GitHub Destkop (No Copyright), UnityHub (Unity Companion License), FreeCAD (LGPL-2.0-or-later), Sweet Home 3D (GNU GPL 2+), draw.io (Apache License 2), DBeaver (Apache License 2), PostgreSQL (License (free and open-source)), MariaDB (GNU GPL), PSPP (GNU GPL 3), Wireshark (GNU GPL 2+),
Imunes (Creative Commons Attribution 4.0 International Public License), VirtualBox (GNU GPL 2), Apache (Apache License 2), Консультант+ (Коммерческая лицензия), OBS (GNU GPL).

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Основная учебная литература:

1. Фомичев, В. И. Выставочное дело : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. И. Фомичев. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2024. - 134 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-08096-4. - Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/540378

2. Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2023. - 194 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-07508-3. - Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/516114

3. Событийное волонтерство : учебник / М. А. Мазниченко [и др.] ; под общей редакцией М. А. Мазниченко. - Москва : Издательство Юрайт, 2024. - 155 с. - ISBN 978-5534-14091-0. - Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/544162

Дополнительная учебная литература:

1. Сологубова, Г. С. Технология выставочной деятельности : учебник для среднего профессионального образования / Г. С. Сологубова. - Москва : Издательство Юрайт, 2024. - 248 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-15599-0. - Текст

: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/544790

2. Скобельцына, А. С. Технология и организация информационно-экскурсионной деятельности : учебник для среднего профессионального образования / А. С. Скобельцына, А. П. Шарухин. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2024. - 251 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-18077-0. - Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/540719

3. Карпова, С.В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С.В. Карпова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. - 425 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-16874-7. - Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/531940

4. Трищенко, Д.А. Копирайтинг: учебное пособие для среднего профессионального образования / Д.А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. - Москва: Издательство Юрайт, 2024. - 124 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-18702-1. - Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/545398

5. Рыжиков, С.Н. Выпускная квалификационная работа в профессиональных образовательных организациях СПО: учебно-методическое пособие / С.Н. Рыжиков. - Москва: ИНФРА-М, 2024. - 236 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 9785-16-013869-5. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2086784

Базы данных и/или Интернет-ресурсы:

1. https://www.iaaglobal.org/ - Открытый сайт Международной рекламной ассоциации
2. http://www.advertology.ru/ - Информационный портал «Все о рекламе, связях с общественностью и маркетинге (исследования, новости и др.)»
3. https://www.sostav.ru/ - Информационно-аналитический сайт о новостях маркетинга и рекламы
4. https://www.propel.ru/ - Портал «Всё о рекламе»
5. https://www.akarussia.ru/ - Ассоциация коммуникационных агентств России
6. https://adindex.ru/ - Новости рекламы и маркетинга
7. http://www.garant.ru/ - Гарант: информационно-правовой
8. http://www.consultant.ru - Справочная правовая система «Консультант Плюс»

Официальные, справочно-библиографические и периодические издания:

1. Российская газета - Неделя: общественно-политическая газета / гл. ред. В.А. Фронин; учред. Правительство Российской Федерации. - М.: Российская газета, 2025
2. Среднее профессиональное образование: ежемесячный теоретический и научно-методический журнал / гл. ред. А.А. Скамницкий / ООО «АЛМАКС», Москва 2025

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК, ОК	**Критерии оценки результата (показатели освоенности компетенций)**	**Формы контроля и методы оценки**
ОК 01.	Обучающийся выбирает способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Текущий контроль в форме экспертного наблюдения и проверки при: -проведении устного и письменного опроса; -выполнении практических занятий; -выполнении тестовых заданий; -выполнении контрольных работ по темам. Решение практико-ориентированных (ситуационных) заданий. Защита отчетов по учебной и производственной практике. Экзамен по модулю
ОК 03.	Обучающийся планирует и реализует собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использует знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	
ПК 1.1.	Обучающийся формирует и актуализирует базы данных участников торговопромышленных выставок, а также мероприятий деловой и дополнительной программы выставок	
ПК 1.2.	Обучающийся осуществляет коммуникации с целью привлечения участников выставок с использованием современных средств связи	
ПК 1.3.	Обучающийся разрабатывает информационные материалы о выставках	
ПК 1.4.	Обучающийся ведет документооборот выставки, в том числе электронный	
ПК 1.5.	Обучающийся консультирует участников выставки по вопросам организации их участия	

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Темы для подготовки к промежуточной аттестации

1. История возникновения, становления и развития выставок и ярмарок в мире и в России.
2. Основные направления выставочно-ярмарочной деятельности.
3. Возможности современных ярмарок и выставок в торговом, информационном, социально-культурном аспектах
4. Цели и возможности осуществления туристско-экскурсионных программ в рамках посещения выставок и ярмарок различного характера.
5. Музейная выставка и ее отношение к музею.
6. Торговые выставки и ярмарки как средство продвижения товаров и услуг.
7. Особенности выставочно-ярмарочной деятельности в сфере туризма и гостеприимства.
8. Основные участники выставочно-ярмарочного процесса и их взаимодействие.
9. Условия высокой эффективности выставки (ярмарки).
10. Классификация выставок и ярмарок.
11. Взаимодействие и роль основных участников выставочного процесса: экспонент, посетитель, организатор.
12. Подготовка к участию в торговой выставке (ярмарке): основы организации выставочного участия фирмы.
13. Анализ результатов выставочного участия.
14. Информационная база о выставках и ярмарках. 15. Определение основных целей выставочного участия и критерии выбора выставки.

Темы для самостоятельной работы обучающихся

1. Выбор выставки для участия фирмы.
2. Планировка и функции выставочного, экспозиционного, окружающего, внешнего пространства.
3. Стендист выставочной экспозиции и экспозиционная команда.
4. Технология и психология выставочной работы.
5. Деление выставочного пространства на зоны с различными функциями и планировка экспозиционного пространства.
6. Основы дизайна выставки и экспозиции.
7. Комплекс работ по проектированию, размещению, и оснащению выставки и экспозиций в составе выставки.
8. Программа выставочного участия фирмы и ее выполнение.
9. Формирование программы выставочного участия фирмы-экспонента в основных и дополнительных позициях.
10. Антропометрия и эргономика как научная база дизайна.
11. Выставочная реклама.
12. Административно-организационное, инженерно-техническое, вспомогательное обеспечение выставки.
13. Менеджер туристической фирмы по выставочной работе: профессия, функциональные обязанности.

14. Анализ развития выставочно-ярмарочной деятельности в России и за рубежом.

15. Международные туристические выставки в системе туристского маркетинга.

16. Крупнейшие выставочные центры мира.

17. Международные соглашения в области выставочной деятельности.

18. Структуры, способствующие развитию и координации выставочно-ярмарочной деятельности на международном уровне.

19. Роль подготовительной работы по заключению договоров с зарубежными партнерами на выставке и повышении их эффективности

Тестовые задания

1. Интернет широко используется на современном этапе развития ярмарок/выставок для:

А) Привлечения посетителей

Б) Привлечения инвесторов

2. Инфраструктура, менеджмент выставки/ярмарки, способствующий достижению высокого уровня сервиса, развитию новых видов деятельности участников этого мероприятия, являются основными показателями такой характеристики, как ...

А) Длительность выставки/ярмарки

Б) Динамичность выставки/ярмарки

В) Стоимость выставки/ярмарки

3. Исследование, обосновывающее экономическую целесообразность участия конкретного предприятия в выставке/ярмарке, называется:

А) Выбором ярмарки/выставки

Б) Мониторингом ярмарки/выставки

4. К выставкам/ярмаркам, открытым для всех желающих и различных потребительских товаров, относятся:

А) Региональные и местные

Б) Специализированные и наднациональные

В) Государственные и частные

5. К мероприятиям, проводимым на базе торговой ярмарки/выставки, относятся:

А) Заседание, конгресс

Б) Съезд, консилиум

В) научно-технические семинары, консультации посетителей, конкурсы, рекламная компания

6. К пунктам плана участия в выставке/ярмарке требующие большой предварительной работы, проводимой задолго до начала мероприятия, можно отнести:

А) Геймификацию выставки/ярмарки

Б) Синхронизацию времени проведения выставки/ярмарки

7. К расходам по экспонатам относятся:

А) Реклама, информирование, выгрузка

Б) Монтаж, таможенная очистка, подготовка экспонатов

8. К целям участия в торговых выставках/ярмарках в аспекте продажи относятся следующие:

А) Подготовка, осуществление и поддержание продаж

Б) Исследование, изучение

В) Мониторинг, наблюдение

9. Количество посетителей Всемирной выставки в Ганновере «ЭКСПО-2000» составило

А) 40 млн. человек

Б) 4 тыс. человек

В) 26 млн. чел

10. Коллегиальный орган, создающийся для общего руководства конкретной ярмаркой, наделяемый широкими полномочиями и несущий ответственность за выполнение стоящих перед ним задач, называется:

А) Ярмарочным комитетом

Б) Ярмарочный комиссариат

В) Ярмарочный совет

11. Косвенными выставочными/ярмарочными торговыми сделками принято считать те, которые:

А) заключаются в ходе мероприятий, но их подготовка начинается и ведется задолго до того

Б) заключаются до мероприятий, но их подготовка начинается и ведется непосредственно в начале проведения

12. Коэффициент ценности выставки/ярмарки для компании равен 5. Это означает, что
...

А) Денежные затраты на проведение одной торговой сделки в рамках выставки/ярмарки в 5 раз меньше, чем аналогичные затраты на одну сделку в обычном режиме

Б) Положительно оценило мероприятие 5 человек

В) О мероприятии сообщили 5 СМИ

13. Кратковременное, периодическое и проводимое в одном и том же месте мероприятие, дающее представительную картину предложения товаров/услуг одной или нескольких отраслей, — это:

А) Торгово-промышленная выставка

Б) Торгово-промышленная ярмарка

В) Ремесленно-промысловая выставка

14. Крупнейшими выставочными центрами в России являются: А) КВЦ Сокольники, ВВЦ и Нижегородская ярмарка

Б) Санкт-Петербургский форум, МАКС.

В) Измайловский кремль, Афимолл

15. Литература по продажам, информационные пакеты, представляемые организаторами ярмарки/выставки, позволяющие составить представление о целевом покупателе, мероприятиях, организуемых на ярмарке/выставке в порядке обучения, участниках и, в том числе, конкурентах, называется:

А) Материалами по ярмарке/выставке

Б) Раздаточными материалами

В) Прокламацией

16. Лицо, которое проходит на территорию ярмарки/выставки по билету, приобретенному им за свои средства или оплаченному кем-либо еще, называется:

А) Инвестором

Б) Клиентом

В) Посетителем

17. Маркетинговая стратегия, определяемая отраслью, размерами предприятия, менеджментом и философией производственного планирования, может приобрести характер:

А) Специальный, промышленный, профессиональный

Б) Узконациональный, широконациональный, европейский, международный

18. Масштаб предложения и неограниченный круг посетителей присущи:

А) Промысловым выставкам

Б) Торгово-промышленным выставкам

В) Городским выставкам

19. Метафора, подчеркивающая, что посетитель ярмарки/выставки, будущий клиент, имеет возможность получить полное представление о выставленном товаре, — это:

А) Мультивселеннская торговля

Б) Двухмерная

В) Трехмерная торговля

20. Метод создания и поддержания торговой марки с использованием недорогих сувениров, на которые нанесен логотип компании, называется:

А) Рекламное сообщение

Б) Брендинг

В) Лоббирование

21. Минимальное число сотрудников стенда на ярмарке/выставке

А) 2 человека
Б) 3 человека
В) 10 человек
Г) 1 человек

22. На взаимодействие с какими субъектами ярмарки/выставки направлена рекламная кампания?
А) С клиентами
Б) С сотрудниками
В) С посетителями

23. На выставке/ярмарке, согласно регламенту, могут демонстрироваться разные товары, которые называются:
А) Экспонатами
Б) Моделями
В) Образцами

24. На стадии квалификации между экспонентами и посетителями идет активная беседа по вопросам, основными среди которых являются:
А) Платежеспособность посетителя, его торговые намерения, готовность к сделке и др
Б) Логистика цепочек
В) Организация мероприятия

25. Если Вы собираетесь продвигать свой проект в Интернете на территории России, то в какой зоне предпочтительнее регистрировать домен, чтобы он лучше продвигался при условии использования всех инструментов интернет-маркетинга:
А) рф;
Б) ru;
В) com.

26. Какой инструмент интернет-маркетинга в долгосрочной перспективе с большей долей вероятности привлечет на сайт посетителя с минимальной стоимостью затрат:
А) контекстная реклама;
Б) работа с социальными
сетями; В) поисковая
оптимизация.

27. Задачи медиапланирования вытекают из целей:
А) маркетинга;
Б) рекламы;
В) логистики.

28. Для увеличения охвата целевой аудитории целесообразно применять:

А) медиа-микс;

Б) MAX-media;

В) Mix communication (стратегия ИМК).

29. Вид деятельности, который предполагает разработку медиаплана:

А) брендинг;

Б) обоснование рекламной идеи;

В) медиапланирование.

30. График размещения рекламы в медиаплане - это:

А) хронологический перечень передач станций вещания;

Б) перечень рекламных материалов для конкретных СМИ;

В) перечень рекламных материалов, включенных в данное СМИ в течении определенного периода времени.

Таблица с правильными ответами

Номер	**Ответ**	**Номер**	**Ответ**	**Номер**	**Ответ**
1	А	11	А	21	А
2	А	12	А	22	А
3	А	13	А	23	А
4	А	14	А	24	А
5	А	15	А	25	Б
6	В	16	В	26	В
7	Б	17	Б	27	А
8	А	18	Б	28	А
9	А	19	В	29	В
10	А	20	А	30	В

Шкала оценивания тестовых заданий

Данный вид контроля, рассчитан на выявление уровня усвоения теоретического и практического материала в рамках изучения дисциплин.

Критерии оценивания теста: 1 вопрос = 1 балл.

Оценка «5»	23-30 Баллов
Оценка «4»	20-22 Баллов
Оценка «3»	18-19 Баллов
Оценка «2»	0-17 Баллов

ЛИСТ АКТУАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Методические рекомендации при подготовке к теоретическим занятиям

Основными видами аудиторной работы обучающихся являются лекции.

В ходе теоретических занятий преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации и указания на самостоятельную работу.

В ходе теоретических занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Контроль ведения конспекта лекций

1. Конспект лекций обучающегося должен вестись в отдельной тетради с количеством страниц, рекомендованном ведущим лектором. На обороте титульного листа тетрадь с конспектом лекций должна содержать подписи:

- фамилия и инициалы обучающегося;
- номер группы;
- ФИО ведущих учебный предмет преподавателей.

2. В начале каждой лекции обучающийся должен записать тему и перечень рассматриваемых вопросов, а также перечень рекомендуемой литературы (при условии, что они оговариваются лектором).

3. При записи содержания лекции следует применять минимум сокращений, желательно общеупотребимых. Обучающимся может быть разработана своя система сокращений, с выносом ее в конце конспекта для пояснения.

4. Табличный, графический, цифровой материал должен быть точно перенесен в конспект с доски (проектора) без искажений динамики зависимостей и обозначений формул, а также значений результатов расчетов.

5. Тетрадь с конспектом должна содержать полный объем прочитанного материала лекций по их количеству и полноте изложения, включая материал для самостоятельного изучения и конспектирования.

Записи должны быть сделаны аккуратным почерком, разборчиво.

Методические рекомендации при проведении практических занятий

Практические занятия необходимы для закрепления изученного теоретического материала, контроля преподавателем степени подготовленности обучающихся по изучаемым учебным предметом, дисциплине или профессиональному модулю.

Перед практическим занятием следует изучить конспект лекции и рекомендованную преподавателем литературу, обращая внимание на практическое применение теории и на методику решения типовых задач. Логическая связь теоретических и практических занятий заключается в том, что информация, полученная на теоретических занятиях, в процессе

самостоятельной работы на практическом занятии осмысливается и перерабатывается, при помощи преподавателя анализируется, после чего усваивается.

Методические рекомендации обучающимся для самостоятельной работы

Самостоятельная работа - это планируемая работа обучающихся, выполняемая по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа выполняет ряд функций, среди которых особенно выделяются:

- ✓ развивающая (повышение культуры умственного труда, приобщение к творческим видам деятельности, обогащение интеллектуальных способностей, обучающихся);
- ✓ ориентирующая и стимулирующая (процессу обучения придается ускорение и мотивация);
- ✓ воспитательная (формируются и развиваются профессиональные качества специалиста);
- ✓ исследовательская (новый уровень профессионально-творческого мышления);
- ✓ информационно-обучающая (учебная деятельность обучающихся на аудиторных занятиях).

Целью самостоятельных занятий является самостоятельное более глубокое изучение обучающимися отдельных вопросов курса с использованием рекомендуемой дополнительной литературы и других информационных источников.

Задачами самостоятельной работы обучающихся являются:

- ✓ систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений, обучающихся;
- ✓ углубление и расширение теоретических знаний;
- ✓ формирование умения использовать справочную литературу;
- ✓ развитие познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;

Внеаудиторная самостоятельная работа включает такие формы работы, как:

Индивидуальные занятия (домашние занятия):

- ✓ изучение программного материала дисциплины (работа с учебником и конспектом лекции);
- ✓ изучение рекомендуемых литературных источников;
- ✓ конспектирование источников;
- ✓ выполнение контрольных работ;
- ✓ работа со словарями и справочниками;
- ✓ использование аудио- и видеозаписи;
- ✓ работа с электронными информационными ресурсами и ресурсами Internet;
- ✓ составление плана и тезисов ответа на лекции;
- ✓ составление схем, таблиц, для систематизации учебного материала;
- ✓ выполнение тестовых заданий; решение задач;
- ✓ подготовка презентаций;
- ✓ ответы на контрольные вопросы;

✓ аннотирование, реферирование, рецензирование текста; написание эссе, тезисов, докладов, рефератов;

✓ составление глоссария, кроссворда по темам дисциплины; работа с компьютерными программами; подготовка к дифференцированному зачету.

Групповая самостоятельная работа обучающихся:

✓ подготовка к занятиям, проводимым с использованием активных форм обучения (круглые столы, деловые игры);

✓ анализ деловых ситуаций (мини-кейсов) и др; участие в Интернет - конференциях.

Получение консультаций для разъяснений по вопросам изучаемого учебного предмета.

Но наиболее часто при изучении учебного предмета используются следующие виды самостоятельной работы обучающихся:

✓ поиск (подбор) литературы (в том числе электронных источников информации) по заданной теме;

подготовка рефератов;

подготовка докладов.

Реферат - форма письменной работы. Как правило, реферат является самостоятельным библиографическим исследованием обучающегося, носящим описательно-аналитический характер. Объем реферата может достигать 10-15 страниц. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение обучающимся нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение. Цель написания реферата - привитие навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

Работа обучающегося над рефератом включает следующие операции:

✓ уяснение сути темы (по её названию);

✓ выявление литературных источников по данной теме;

✓ ознакомление с содержанием источников, направленным на осмысление его внешней и внутренней структуры;

✓ работа над выделением главных смысловых компонентов текста (ключевых слов и предложений);

✓ отбор наиболее важных сведений из выделенных фрагментов;

✓ составление «связок» из отобранного материала в соответствии с логикой изложения фактов;

✓ написание реферата.

✓ Реферат в структурном отношении должен включать:

✓ заголовочную часть (введение);

✓ собственно, реферативную часть (изложение основных положений по плану с соответствующими названиями и нумерацией);

✓ заключительную часть (выводы);

✓ справочную часть (список использованной литературы); оглавление (содержание).

Текст реферата должен иметь связанное, цельное построение. Содержание реферата должна пронизывать главная идея, которая объединяет все информационные элементы источников, а также приводимые факты. При этом допускается сохранение отдельных структурных элементов оригинала. Однако не допустимо простое переписывание положение литературных источников. Язык должен быть кратким, ясным, доступным.

Оформление реферата должно быть выполнено машинописным способом в соответствии со следующими требованиями: **печатный шрифт** – Times New Roman, кегль (размер) 14; **листы бумаги** – формата А4, все страницы должны быть пронумерованы, с размером полей по 2 см; **междустрочный интервал** – полуторный; **абзац –** с отступом первой строки 1,25 см; **текст –** должен быть **выровнен по ширине** и **структурирован** по главам (разделам, параграфам), сопровождаться ссылками на источники при использовании прямых (в кавычках) цитат и фрагментов опубликованных текстов, т.е. на такое использование источников должно быть явным образом указано в сносках или за текстовом списке литературы в соответствии с требованиями ГОСТа.

Реферат оценивается исходя из следующих критериев:

- ✓ поставлена ли цель в работе;
- ✓ сумел ли обучающийся самостоятельно составить логический план к теме и реализовать его;
- ✓ каков научный уровень реферата;
- ✓ собран ли достаточный фактический материал;
- ✓ удалось ли раскрыть тему;
- ✓ показана ли связь рассматриваемой темы с современными проблемами науки и общества, со специальностью обучающегося;
- ✓ каков авторский вклад в систематизацию, структурирование материала, в составлении заключения;
- ✓ достигнута ли цель работы.

Тематика рефератов приводится в рамках тем лекционных занятий. Возможно написание реферата по теме, предложенной самим обучающимся (по согласованию с преподавателем). Реферат на занятиях (научно-практических конференциях) может быть представлен в виде доклада.

Реферат должен быть выполнен за один месяц до начала экзаменационной сессии. Обучающиеся, не представившие в установленный срок реферат, либо получившие оценку «неудовлетворительно», к сдаче экзамена не допускаются.

Углубленному изучению материала по отдельным разделам учебного предмета способствует подготовка обучающимися докладов. Доклад - это самостоятельная работа, анализирующая и обобщающая публикации по заданной тематике, предполагающая выработку и обоснование собственной позиции автора в отношении рассматриваемых вопросов. Подготовка доклада - достаточно кропотливый труд. Его написанию предшествует изучение широкого круга экономических первоисточников, монографий, статей, обобщение личных наблюдений. Работа над докладом способствует развитию самостоятельного, творческого мышления, учит применять экономические знания на практике при анализе актуальных социальных и правовых проблем. Рекомендуемое время доклада - 10-12 минут.

Непременным условием закрепления теоретических и практических знаний, обучающихся является выполнение ими домашних заданий. Одним из основных видов

деятельности обучающегося является самостоятельная работа, которая включает в себя изучение лекционного материала, учебников и учебных пособий, первоисточников, подготовку сообщений, выступления на групповых занятиях, выполнение заданий преподавателя.

Методические рекомендации обучающимся по изучению рекомендованной литературы

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемого учебного предмета. По каждой теме учебного предмета обучающимся предлагается перечень заданий для самостоятельной работы.

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Обучающимся следует:

- выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на консультациях неясные вопросы;
- при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы учебного предмета, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на плановой консультации.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации обучающиеся могут воспользоваться электронной библиотекой ВУЗа, расположенной по электронному адресу https://www.iprbookshop.ru/, где они имеют возможность получить доступ к учебно-методическим материалам как библиотеки ВУЗа, так и иных электронных библиотечных систем. В свою очередь, обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе в библиотеке, а также воспользоваться читальным залом.

Методические рекомендации по балльно-рейтинговой системе учета и оценки достижений обучающихся

Общие положения

Балльно-рейтинговая система учета и оценки достижений, обучающихся (далее – БРС) в Частном образовательном учреждении высшего образования «Московский университет имени А. С. Грибоедова» (далее - Университет) предназначена для решения следующих задач:

- стимулирования обучающихся к регулярной учебной и внеучебной деятельности;
- организации непрерывного контроля освоения обучающимися элементов основных профессиональных образовательных программ среднего профессионального образования;
- комплексной оценки результативности учебной и внеучебной деятельности обучающихся в течение семестра;
- создания для преподавателей, руководства факультетов и кафедр надежного инструментария для осуществления систематического и регулярного контроля за учебной и внеучебной деятельностью обучающихся.

БРС является обязательной для всех участников образовательного процесса и реализуется в электронной информационно-образовательной среде «Электронный университет» (далее – ЭИОС) для всех форм и технологий обучения.

БРС обеспечивает рейтинговый учет и оценку достижений обучающегося за семестр и включает в себя учебный (далее – Rуд) и внеучебный (далее – Rвр) рейтинги.

Учебный рейтинг обучающихся

Перечень дисциплин к изучению в семестре Вы можете увидеть в Личном кабинете в ЭИОС «Электронный Университет» (далее Личный кабинет). Чтобы попасть в Личный кабинет, Вам нужно перейти по ссылке https://impe.lms.mirapolis.ru/mira/ и ввести свой логин и пароль, выданный при поступлении в Университет.

Ваш учебный рейтинг по дисциплине будет формироваться на основе результатов выполнения следующих мероприятий:

- прохождение рубежного контроля (тестирования) по результатам изучения каждого модуля (раздела) дисциплины;
- выполнение рейтинговой работы (домашней творческой работы, расчетноаналитического задания, реферата, контрольной работы, группового проекта) при ее наличии.

Доступ к тестовым заданиям по всем модулям изучаемых дисциплин (рубежному контролю) обеспечивается с начала семестра, однако проходить тестирование необходимо только по окончании изучения каждого модуля (раздела) дисциплины.

Рейтинговая работа должна быть выполнена и передана на проверку преподавателю не позднее, чем за 2 недели до начала экзаменационной сессии через Личный кабинет. Выполнение обучающимся рейтинговой работы допускается не более одного раза в течение установленного календарным учебным графиком периода. Представленная на проверку работа исправлению не подлежит.

При возникновении вопросов по процедуре тестирования, некорректного отображения контента, иных вопросов, связанных с технической поддержкой системы тестирования, обращайтесь в Центр поддержки.

Для прохождения тестирования Вам предоставляются две попытки с ограничением по времени (45 минут). Выполнение тестирования допускается не более 2-ух раз в течение установленного календарным учебным графиком периода. Как итоговый учитывается Ваш лучший результат из двух попыток.

Допуск обучающегося к промежуточной аттестации осуществляется с любым количеством баллов, набранных в ходе выполнения Рейтинговых мероприятий по учебной дисциплине, в том числе с количеством баллов – 0.

Если по результатам выполнения всех рейтинговых мероприятий (тестирования по всем модулям дисциплины и выполнения рейтинговой работы) Вы набрали средний балл - 75 баллов и более, Вы можете претендовать на оценку «хорошо», «отлично» или «зачтено» по итогам работы в семестре без прохождения промежуточной аттестации (т.е. «автоматом»).

Средний балл рассчитывается как сумма баллов за все элементы рейтингового контроля (тестирование по каждому модулю, выполнение рейтинговой работы) разделенная на количество элементов контроля. При этом оценка определяется в соответствии со шкалой:

75-84 балла – хорошо, 85-
100 баллов – отлично, 75-100
– зачтено.

Если средний балл менее 75, или Вы претендуете на более высокую оценку, то Вы сдаете зачет/экзамен по дисциплине на общих основаниях.

Промежуточная аттестация **для обучающихся по очной, очно-заочной и формам обучения дистанционных** проведения **технологий** осуществляется в выполнения итогового тестирования по	Промежуточная аттестация **для обучающихся с применением заочной образовательных** осуществляется в форме форме письменных и/или устных зачетов и экзаменов. дисциплине.

Если студент, обучающийся с применением ЭИОС, претендует на более высокую оценку, чем «автомат», то для открытия итогового тестирования необходимо обратиться в сервис «Центр поддержки».

Для выполнения итогового тестирования предоставляются также две попытки.

Обращаем Ваше внимание на то, что если в течение семестра Вы оформляли отсрочку оплаты обучения, то за две недели до начала зачетно-экзаменационной сессии финансовая задолженность должна быть погашена. В противном случае у Вас не будет возможности получить оценки по дисциплинам «автоматом» или пройти промежуточную аттестацию.

Внеучебный рейтинг обучающихся

Внеучебный рейтинг применяется для активизации обучающихся к участию в творческой, спортивной, общественной и научно-исследовательской деятельности Университета и является составной частью портфолио обучающегося, складывается из баллов, полученных обучающимися за участие в различных внеучебных мероприятиях. Подтверждение суммы баллов за внеучебный рейтинг осуществляется деканами на основе анализа представленных Вами документов (сертификатов, грамот, свидетельств, благодарностей и иных материалов) и заполненного Вами в Личном кабинете портфолио.

Ликвидация академической задолженности

Если в ходе промежуточной аттестации по учебной дисциплине Вы получили неудовлетворительную оценку или не явились на зачет/экзамен (не прошли итоговое тестирование), то у Вас образуется академическая задолженность.

Все набранные ранее в течение семестра по результатам выполнения рейтинговых мероприятий баллы обнуляются.

Ликвидировать академическую задолженность Вы должны в течение года, следующего за семестром образования академической задолженности (но не более двух раз).

Ликвидация академической задолженности проходит в форме выполнения итогового теста. Шкала оценивания при ликвидации академической задолженности:

при форме контроля по дисциплине – **экзамен/ зачет с оценкой: зачет:**	при форме контроля по дисциплине –

«неудовлетворительно» – 49 баллов и менее; «не зачтено» – 49 баллов и менее;
«удовлетворительно» – от 50 до 65 баллов; «зачтено» – от 50 до 100 баллов
«хорошо» – от 66 до 84 баллов;
«отлично» – от 85 до 100 баллов

Пройти итоговое тестирование Вы можете не более двух раз в течение установленного календарным графиком периода. Учитывается лучший результат, полученный Вами в ходе выполнения итогового тестирования. Для выполнения одного сеанса тестирования устанавливается время – один академический час (45 минут).