

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ашмарина Елена Николаевна

Должность: Ректор ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 01.02.2021 09:41:42

Уникальный программный ключ:

59650034d6e3a6baac49b7bd0f8e79fea1433ff3e82f1fc7e9279a031181baba

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Самарский государственный экономический университет»**

**Институт менеджмента**

**Кафедра** Маркетинга, логистики и рекламы

**УТВЕРЖДЕНО**

Ученым советом Университета

(протокол № 10 от 29 апреля 2020 г.)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**Наименование дисциплины** Б1.В.ДВ.06.02 Выставочный маркетинг

**Основная профессиональная образовательная программа** Направление 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ программа "Маркетинг"

Методический отдел УМУ

«23» 03 2020 г.

*Ашмарина Е.Н.*

Научная библиотека СГЭУ

«23» 03 2020 г.

*Л.А. Сосунова*

Рассмотрено к утверждению

на заседании кафедры Маркетинга, логистики и  
рекламы

(протокол № 7 от 28.02.2020г.)

Зав. кафедрой *Л.А. Сосунова* /Л.А. Сосунова/

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

## Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

## 1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Выставочный маркетинг входит в вариативную часть (дисциплина по выбору) блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Управление материальными ресурсами, Маркетинг услуг, Информационные технологии в маркетинге, Реклама

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Выставочный маркетинг в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

### Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-9 - способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-9	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
	ПК9з1: специфику макроэкономического воздействия на предприятия, организации различных отраслей, а также органов государственного и муниципального управления	ПК9у1: анализировать состояние макроэкономической среды, динамику её изменения, выявлять ключевые элементы, рыночные и специфические риски	ПК9в1: навыками принятия рациональных управленческих решений на уровне органов государственного регулирования; методами анализа рыночных и специфических рисков с целью использования его результатов при принятии управленческих решений
	ПК9з2: экономические основы поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли, методы их оценки и прогнозирования	ПК9у2: оценивать влияние факторов макросреды на организации в системе менеджмента государственного и муниципального управления; анализировать поведение потребителей экономических благ, факторы	ПК9в2: навыками анализа субъектов рынка, конъюнктуры рынка, потребительской удовлетворенности, поведения потребителей экономических благ с учетом влияния динамических процессов на их структуру

		формирования потребительского спроса	
--	--	--------------------------------------------	--

### 3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

#### Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 7
Контактная работа, в том числе:	37.15/1.03
Занятия лекционного типа	18/0.5
Занятия семинарского типа	18/0.5
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Групповая контактная работа (ГКР)	1/0.03
Самостоятельная работа, в том числе:	25.85/0.72
Промежуточная аттестация	9/0.25
Вид промежуточной аттестации:	
Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	72
Зачетные единицы	2

#### заочная форма

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 8
Контактная работа, в том числе:	9.15/0.25
Занятия лекционного типа	4/0.11
Занятия семинарского типа	4/0.11
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Групповая контактная работа (ГКР)	1/0.03
Самостоятельная работа, в том числе:	59.85/1.66
Промежуточная аттестация	3/0.08
Вид промежуточной аттестации:	
Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	72
Зачетные единицы	2

### 4. Содержание дисциплины

#### 4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Выставочный маркетинг представлен в таблице.

#### Разделы, темы дисциплины и виды занятий

##### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарског о типа		ИКР		
			Практич. занятия	ГКР			

1.	Выставочно-ярмарочная деятельность: инфраструктурно-организационный аспект	8	8			11.49	ПК9з1, ПК9з2, ПК9у1, ПК9у2, ПК9в1, ПК9в2
2.	Выставочная деятельность экспонента	10	10			14.36	ПК9з1, ПК9з2, ПК9у1, ПК9у2, ПК9в1, ПК9в2
	Контроль	9					
	<b>Итого</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>0.15</b>	<b>1</b>	<b>25.85</b>	

#### заочная форма

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
Практич. занятия							
1.	Выставочно-ярмарочная деятельность: инфраструктурно-организационный аспект	2	2			26.79	ПК9з1, ПК9з2, ПК9у1, ПК9у2, ПК9в1, ПК9в2
2.	Выставочная деятельность экспонента	2	2			33.06	ПК9з1, ПК9з2, ПК9у1, ПК9у2, ПК9в1, ПК9в2
	Контроль	3					
	<b>Итого</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>0.15</b>	<b>1</b>	<b>59.85</b>	

## 4.2 Содержание разделов и тем

### 4.2.1 Контактная работа

#### Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Выставочно-ярмарочная деятельность: инфраструктурно-организационный аспект	лекция	Роль выставок-ярмарок в экономике
		лекция	Маркетинговая деятельность организатора выставок-ярмарок
		лекция	Продвижение выставочно-ярмарочных мероприятий
2.	Выставочная деятельность экспонента	лекция	Выставки-ярмарки как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций экспонента
		лекция	Специфика планирования участия в выставке экспонентом
		лекция	Послевыставочная деятельность экспонента

\*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

#### Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
------	----------------------------------------	---------------------------------	------------------------------------

1.	Выставочно-ярмарочная деятельность: инфраструктурно-организационный аспект	практическое занятие	Роль выставок-ярмарок в экономике
		практическое занятие	Маркетинговая деятельность организатора выставок-ярмарок
		практическое занятие	Продвижение выставочно-ярмарочных мероприятий
2.	Выставочная деятельность экспонента	практическое занятие	Выставки-ярмарки как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций экспонента
		практическое занятие	Специфика планирования участия в выставке экспонентом
		практическое занятие	Послевыставочная деятельность экспонента

\*\* семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

### Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

### 4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Выставочно-ярмарочная деятельность: инфраструктурно-организационный аспект	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации
2.	Выставочная деятельность экспонента	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации

\*\*\* самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

## 5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

### 5.1 Литература:

#### Основная литература

1. Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности : учебное пособие для академического бакалавриата / Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 194 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-06841-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437472>
2. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 495 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02621-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431801>

#### Дополнительная литература

1. Фомичев, В. И. Выставочное дело : учебное пособие для академического бакалавриата / В. И. Фомичев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 134 с. —

(Университеты России). — ISBN 978-5-534-08095-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/441292>

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9070-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433737>

#### Литература для самостоятельного изучения

1. Курумчина, А. Э. Социокультурные коммуникации. Проекты социальных трансформаций и всемирные выставки : учебное пособие для академического бакалавриата / А. Э. Курумчина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 119 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль). — ISBN 978-5-534-10770-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431503> (дата обращения: 30.05.2019).

#### 5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

#### 5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

#### 5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. Справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

#### 5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска

	Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

Для проведения занятий лекционного типа используются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия в виде презентационных материалов, обеспечивающих тематические иллюстрации.

## 6. Фонд оценочных средств по дисциплине Выставочный маркетинг:

### 6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком « + »
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Устный/письменный опрос	-
	Тестирование	+
	Практические задачи	-
	Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	-
Промежуточный контроль	Зачет	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования, утвержденными Ученым советом ФГБОУ ВО СГЭУ №10 от 29.04.2020г.

### 6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

#### Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-9 - способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
Пороговый	ПК9з1: специфику макроэкономического воздействия на предприятия, организации различных отраслей, а также органов государственного и муниципального управления	ПК9у1: анализировать состояние макроэкономической среды, динамику её изменения, выявлять ключевые элементы,	ПК9в1: навыками принятия рациональных управленческих решений на уровне органов государственного регулирования;



		рыночные и специфические риски	методами анализа рыночных и специфических рисков с целью использования его результатов при принятии управленческих решений
Повышенный	ПК9з2: экономические основы поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли, методы их оценки и прогнозирования	ПК9у2: оценивать влияние факторов макросреды на организации в системе менеджмента государственного и муниципального управления; анализировать поведение потребителей экономических благ, факторы формирования потребительского спроса	ПК9в2: навыками анализа субъектов рынка, конъюнктуры рынка, потребительской удовлетворенности, поведения потребителей экономических благ с учетом влияния динамических процессов на их структуру

### 6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Выставочно-ярмарочная деятельность: инфраструктурно-организационный аспект	ПК9з1, ПК9з2, ПК9у1, ПК9у2, ПК9в1, ПК9в2	Оценка докладов Тестирование	Зачет
2.	Выставочная деятельность экспонента	ПК9з1, ПК9з2, ПК9у1, ПК9у2, ПК9в1, ПК9в2	Оценка докладов Тестирование	Зачет

### 6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

#### Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Выставочно-ярмарочная деятельность: инфраструктурно-организационный аспект	История выставок-ярмарок в России Международные выставки ЭКСПО Организаторы выставок-ярмарок в Самаре Специфика российских выставок-ярмарок Некоммерческие организации стимулирующие развитие выставочно-ярмарочной деятельности Специфика продвижения выставок-ярмарок в сети Интернет

Выставочная деятельность экспонента	Актуальность использования выставок для продвижения фирмы в настоящее время Малобюджетные способы продвижения экспонента Выставочная деятельность как форма событийного маркетинга Интегрированные маркетинговые коммуникации экспонента Программные продукты для планирования деятельности экспонента Специфика оценки эффективности участия в выставке в различных секторах экономики
-------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### Вопросы для устного/письменного опроса

Раздел дисциплины	Вопросы

### Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с тестами)

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций размещены в ЭИОС СГЭУ, <https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=514>

Выставочно-ярмарочную деятельность это маркетинговая деятельность направленная на формирование краткосрочного спроса со стороны потребителей с помощью выставочного стенда и сопутствующих рекламных мероприятий

- да
- нет

Выставки и ярмарки занимают особое место в арсенале средств коммуникационного воздействия, так как предоставляют очень широкие возможности демонстрации рекламируемых услуг для установления прямых деловых контактов с непосредственными покупателями

- да
- нет

В чем выражается мультипликативный эффект выставочно-ярмарочной деятельности

- развития промышленности, рост экспорта, международной торговли, внедрение новых технических решений, улучшения престижа фирмы, имиджа выставочного города
- развития промышленности, рост экспорта, международной торговли, внедрение новых технических решений
- рост экспорта, международной торговли

Выставочно-ярмарочное мероприятие это

- мероприятие, на котором демонстрируются и получают распространение товары, услуги и(или) информация и которое проходит в четко установленные сроки и с определенной периодичностью
- выставки/ярмарки
- комплекс маркетинговых мероприятий по продвижению фирмы-экспонента

Мероприятие, на котором демонстрируются и получают распространение товары, услуги и(или) информация и которое проходит в четко установленные сроки и с определенной периодичностью называется маркетинг-микс

- да
- нет

К выставочно-ярмарочным мероприятиям не относят «вещевые рынки»

- да
- нет

Образец, представленный на выставочно-ярмарочном мероприятии для публичного обозрения называется экспонат

- да
- нет

Образец, представленный на выставочно-ярмарочном мероприятии для публичного обозрения это

- экспонат
- экспонет
- экспонета

Где состоялась первая всемирная промышленная выставка в 1851 году

- Лондон
- Париж
- Москва

Первая всемирная промышленная выставка в 1851 году состоялась в Париже

- да
- нет

Какая из перечисленных стран не организовывала всемирную выставку Ехро

- Россия
- США
- Великобритания
- Бельгия

Международное выставочно-ярмарочное мероприятие мирового масштаба, на котором страны демонстрируют свои достижения в области экономики, науки, техники и культуры называется

- всемирная выставка
- международная выставка
- выставка с международным участием

Международное выставочно-ярмарочное мероприятие мирового масштаба, на котором страны демонстрируют свои достижения в области экономики, науки, техники и культуры называется всемирная выставка

- да
- нет

Выставочно-ярмарочное мероприятие, в котором не менее 10% общего числа экспонентов составляют иностранные организации или не менее 5% - иностранные посетители, а выставочное оборудование и предоставляемый набор услуг соответствуют международным стандартам это

- всемирная выставка
- международная выставка
- выставка с международным участием

Выставочно-ярмарочное мероприятие, в котором не менее 10% общего числа экспонентов составляют иностранные организации или не менее 5% - иностранные посетители, а выставочное оборудование и предоставляемый набор услуг соответствуют международным стандартам это международная выставка

- да
- нет

Выставочно-ярмарочное мероприятие с числом иностранных экспонентов менее 10% общего числа экспонентов это

- всемирная выставка
- международная выставка
- выставка с международным участием

Выставочно-ярмарочное мероприятие с числом иностранных экспонентов менее 10% общего числа экспонентов это международная выставка

- да
- нет

Выставочно-ярмарочное мероприятие, на котором демонстрируют товары и(или) услуги отдельно взятой страны это

- национальная выставка/ярмарка
- региональная выставка/ярмарка
- межрегиональная выставка/ярмарка

Выставочно-ярмарочное мероприятие, на котором демонстрируют товары и(или) услуги организаций одного региона это

- национальная выставка/ярмарка
- региональная выставка/ярмарка
- межрегиональная выставка/ярмарка

Выставочно-ярмарочное мероприятие, демонстрирующее продукцию и(или) услуги организаций ряда регионов страны это

- национальная выставка/ярмарка
- региональная выставка/ярмарка
- межрегиональная выставка/ярмарка

**Практические задачи (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с электронным изданием, если имеется)**

Раздел дисциплины	Задачи

**Тематика контрольных работ**

Раздел дисциплины	Темы

#### **6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации**

**Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета**

Раздел дисциплины	Вопросы
-------------------	---------

<p>Выставочно-ярмарочная деятельность: инфраструктурно-организационный аспект</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. История выставочно-ярмарочного движения.</li> <li>2. Значение выставочных мероприятий для экономики регионов.</li> <li>3. Мультипликативный эффект выставок.</li> <li>4. Организации координирующие выставочно-ярмарочную деятельность.</li> <li>5. Правовое регулирование выставочно-ярмарочной деятельности в России.</li> <li>6. Классификация выставочно-ярмарочных мероприятий.</li> <li>7. Субъекты выставочно-ярмарочной сферы</li> <li>8. Виды организаторов выставочно-ярмарочных мероприятий.</li> <li>9. Задачи маркетинговой деятельности организатора выставок</li> <li>10. Планирование маркетинговой деятельности организатора выставок-ярмарок</li> <li>11. Содержание основных этапов организации выставок.</li> <li>12. Проблемы организации выставок.</li> <li>13. Организация пространства в выставочном комплексе</li> <li>14. Инструменты продвижения выставочно-ярмарочного мероприятия</li> <li>15. Анализ эффективности выставочно-ярмарочного мероприятия.</li> </ol>
<p>Выставочная деятельность экспонента</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие экспонента. Выставки-ярмарки элемент маркетинговых интегрированных коммуникаций.</li> <li>2. Задачи выставок-ярмарок. Значение в организации продвижения фирмы на рынках.</li> <li>3. Содержание подготовительного этапа участия в выставках. Факторы, влияющие на продолжительность подготовительного периода.</li> <li>4. Определение целей и задач участия в выставке. Классификация целей.</li> <li>5. Факторы выбора конкретного выставочно-ярмарочного мероприятия.</li> <li>6. Формы участия в выставках-ярмарках: очная, очно-заочная, заочная.</li> <li>7. Определение определения состава экспонатов на выставку.</li> <li>8. Способы определение бюджета экспонента.</li> <li>9. Содержание маркетинговых коммуникаций экспонента на выставке.</li> <li>10. Выставочный стенд как ключевой элемент коммуникаций экспонента.</li> <li>11. Организация работы персонала на выставке-ярмарке</li> <li>12. Содержание послевыставочной деятельности экспонента:</li> <li>13. Способы оценки выставочной рекламы</li> <li>14. Способы оценки эффективности работы сотрудников на выставке.</li> <li>15. Экономическая эффективность участия в выставках.</li> </ol>

## 6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

### Шкала и критерии оценивания

<b>Оценка</b>	<b>Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы</b>
<b>«зачтено»</b>	ПК9з1, ПК9у1, ПК9в1
<b>«не зачтено»</b>	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне