

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования "Пермский
государственный национальный исследовательский
университет"**

Кафедра туризма

Авторы-составители: **Митягина Анна Эрнестовна**

Рабочая программа дисциплины

ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И РЕКЛАМА

Код УМК 95777

Утверждено
Протокол №10
от «06» мая 2020 г.

Пермь, 2020

1. Наименование дисциплины

Выставочная деятельность и реклама

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в обязательную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **43.03.02** Туризм

направленность Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины **Выставочная деятельность и реклама** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

43.03.02 Туризм (направленность : Технология и организация туроператорских и турагентских услуг)

ОПК.11 Способен к продвижению и организации продаж туристского (сервисного) продукта с использованием современных технологий

Индикаторы

ОПК.11.1 Организует проведение мероприятий по продвижению туристского (сервисного) продукта

ПК.4 Способен обеспечивать предоставление качественных персональных услуг в сфере гостеприимства и туризма

Индикаторы

ПК.4.3 Организует процессы обслуживания, ориентируясь на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг

4. Объем и содержание дисциплины

Направления подготовки	43.03.02 Туризм (направленность: Технология и организация туроператорских и турагентских услуг)
форма обучения	очная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	10
Объем дисциплины (з.е.)	3
Объем дисциплины (ак.час.)	108
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	42
Проведение лекционных занятий	14
Проведение практических занятий, семинаров	28
Самостоятельная работа (ак.час.)	66
Формы текущего контроля	Входное тестирование (1) Защищаемое контрольное мероприятие (3)
Формы промежуточной аттестации	Зачет (10 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

Введение (установочное занятие)

Читается как установочная лекция и включает в себя входной контроль. Определяются основные разделы, изучаемой дисциплины; терминология и классификация выставочной деятельности, история выставочной деятельности; основные маркетинговые технологии, применяемые в рекламной и выставочной деятельности. Выдается самостоятельное задание, направленное на изучение международных выставочных комплексов и выставок; задание на освоение этапов выставочной деятельности и рекламы в комплексе маркетинговых коммуникаций.

Выставочная деятельность и реклама

В данном разделе изучаются основные понятия выставочной и рекламной деятельности, теоретические вопросы по планированию и разработке выставочных и рекламных мероприятий, исторические этапы эволюции выставок и ярмарок, география международных выставочных центров и российских выставок, коммуникационные технологии рекламной и выставочной деятельности.

Раздел 1. Выставочная деятельность и реклама. История, терминология, современное развитие в мире и России.

Рассматриваются реклама и выставочная деятельность в комплексе коммуникаций сервисного предприятия: виды, классификация и планирование выставочных и рекламных кампаний.

1.1. Основные понятия и история выставочной и рекламной деятельности.

Рассматривается основной понятийный аппарат выставочной и рекламной деятельности, этапы развития выставочно-ярмарочной деятельности в мире и России.

1.2. Современное развитие выставочной деятельности в мире и России.

Рассматривается развитие выставочной деятельности в мире и РФ: типология, классификация и география. Современная концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности РФ, наиболее перспективные её направления, а также задачи, цели и принципы,

1.3. КМ.1

Защита и проблемное обсуждение теоретических вопросов.

Раздел 2. Организация выставочной деятельности на сервисном предприятии.

Раздел посвящен изучению процесса участия сервисного предприятия в работе выставки и организации рекламной компании. Рассматриваются теоретические вопросы: принятие решения об участии в выставочных мероприятиях, определение целей и позиционирования, выбора выставки, подготовительно-организационного периода. и работы в ходе функционирования выставки, а также анализ итогов участия в выставке.

2.1. Этапы выставочной деятельности.

Изучаются этапы выставочной деятельности: определение целей участия, формулировка задач, выявление целевых аудиторий, выбор выставки, согласование бюджета выставки, формирование команды, составление плана работ по подготовке выставки, разработка сценария рекламных и выставочных мероприятий, разработка стенда, тренинг стендистов, выбор каналов обратной связи и др.

2.2. Цели интегрированных коммуникаций и целевые аудитории.

Изучение целевых аудиторий наиболее типичных для выставочных стендов. Составление экспонентами брифа по целевым аудиториям: организаторы выставки, спонсоры выставки, команда сотрудников проекта сервисного предприятия- участники и стендисты, представители организаций - потребителей (B2B), и частные лица (посетители выставки B2C), дилеры компании, представители СМИ, значимые конкуренты компании, представители органов власти и др.

2.3. Планирование выставочной и рекламной деятельности на сервисном предприятии.

Подготовка выставочного пространства предполагает реализацию ряда технических, дизайнерских, конструкторских решений в комплексе они создают законченный облик экспозиции.

Раздел 3. Продвижение туристского и сервисного продукта.

Раздел посвящен обобщению информации о продвижении сервисного предприятия: рекламным мероприятиям, PR (связям с общественностью), стимулированию сбыта, личным продажам и продвижению в Интернете и SMM. Требования и особенности формы рования фирменного стиля предприятия: набор цветографических, графических, словесных, типографических, дизайнерских постоянных элементов (констант). Создание бонд-бука предприятия.

3.1. Бренд-бук сервисного предприятия.

Пространство выставки формируется за счет нескольких показателей, таких как специализация экспозиции, общая идея, имидж компании и многих других. Принципы проектирования выставочного пространства и написания бренд-бука.

3.2. КМ 2

Посещение выставочного центра, изучение и исследование экспонентов. Защита КМ.

Раздел 4. Выставочные и рекламные коммуникации: проектирование и тренинги.

Раздел посвящен изучению основных принципов деятельности стендистов, организации взаимодействия стендистов, рассматривает покупательское поведение и позиционирование сервисного продукта. В разделе изучаются принципы организации рекламной деятельности на сервисных предприятиях, средства распространения рекламной информации, организации рекламной кампании, подготовке рекламно-информационных материалов, планирования выставочного коммуникационных мероприятий. Итоговым контролем является обобщающий проект по продвижению сервисного предприятия.

4.1. Тренинги стендистов

Менеджмент деятельности стендистов предполагает осуществление основных функций менеджмента: планирования, организации, мотивации и контроля.

Планирование работы стендистов: выбор целей и решений, необходимых для достижения желаемого результата. Тренинг стендистов. Подготовка и мотивация команды.

4.2. Покупательское поведение.

Изучение покупательского поведения, типы покупателей. Применение моделирующей концепции маркетинга.

4.3. Итоговое КМ.

Контрольное мероприятие проводится после проведения всех лекционных занятий, защищается в часы практических занятий.

Студенту требуется освоить теоретические знания, основные понятия и принципы продвижения сервисных продуктов на выставках.

Работа нацелена на отработку навыка разработки фирменного стиля сервисного предприятия и выпускаемой продукции, умения планировать мероприятия по продвижению продукции/услуги на рынок, разрабатывать сценарий выставки, обосновывать планы выставочной компании и требования к рекламному-брифу.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторские занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная:

1. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для академического бакалавриата / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 192 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/432460>
2. 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. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08095-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/441292>
3. Найджел, Морган Реклама в туризме и отдыхе : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет ; перевод В. Н. Егоров, Б. Л. Ерёмин. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — ISBN 5-238-00647-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>

Дополнительная:

1. де, Чернатони Бренддинг. Как создать мощный бренд : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080300 «Коммерция», 070801 «Реклама» / Лесли Чернатони де, МакДональд Малькольм ; перевод Б. Л. Ерёмин. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 559 с. — ISBN 5-238-00894-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/71210.html>
2. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2851-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/448047>
3. Гусев Э. Б., Прокудин В. А., Салащенко А. Г. Выставочная деятельность в России и за рубежом: учебно-метод. пособие/под ред. Н. П. Лаверова; Рос. экон. акад. им. Г. В. Плеханова.-М.: Дашков и К, 2005, ISBN 5-94798-383-4.-516.
4. Потапова, С. А. Экскурсионно-выставочная деятельность : учебное пособие / С. А. Потапова. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2012. — 99 с. — ISBN 978-5-98079-824-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/14533>
5. Басалаева, О. Г. Социология : учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по направлениям подготовки: 51.03.04 (072300.62) «Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия» (профили: «Выставочная деятельность», «Культурный туризм и экскурсионная деятельность»), 38.03.02 (080200.62) «Менеджмент» (профили: «Управление человеческими ресурсами», «Управление малым бизнесом») / О. Г. Басалаева. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2015. — 114 с. — ISBN 978-5-8154-0303-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/55812.html>
6. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р. Ю. Овчинникова ; под редакцией Л. М. Дмитриева. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 239 с. — ISBN

978-5-238-01525-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].
<http://www.iprbookshop.ru/52069.html>

7. Козлова, В. А. Реклама в туризме : учебно-методическое пособие / В. А. Козлова. — Орел :
Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2014. — 126 с. — ISBN 2227-8397.
— Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].
<http://www.iprbookshop.ru/33438>

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

Worldexpo.pro Выставочный портал WorldExpo

<http://www.uefexpo.ru/> Ассоциация выставок и ярмаро

<https://expoperm.ru> Пермская ярмарка

[site:wikichi.ru](http://site.wikichi.ru) Раздел 1. Выставочная деятельность и реклама. История, терминология, современное развитие в мире и России.

<https://www.crocus-expo.ru/> Экспокрокус

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине **Выставочная деятельность и реклама** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий);

доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС)

доступ в электронную информационно-образовательной среду университета.

Офисный пакет приложений «LibreOffice», ALT Linux

ПО на ноутбук: ОС «Альт Образование» (Договор № ДС 003–2020).

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (**student.psu.ru**).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория для лекционных занятий, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Аудитория для практических занятий, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Групповые (индивидуальные) консультации проходят в аудитории, оснащенной меловой (и) или маркерной доской.

Аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации оснащенная меловой (и) или маркерной доской.

Аудитория для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченный доступом в электронную информационно-

образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине
Выставочная деятельность и реклама**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.
Индикаторы и критерии их оценивания**

ОПК.11

Способен к продвижению и организации продаж туристского (сервисного) продукта с использованием современных технологий

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ОПК.11.1 Организует проведение мероприятий по продвижению туристского (сервисного) продукта</p>	<p>знание особенностей современного выставочного процесса, специфики отдельных видов выставочных проектов, типологии экспозиций, функциональных особенностей различных выставок; умение ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития выставочной деятельности;</p>	<p align="center">Неудовлетворител</p> <p>не знает об особенностях современного выставочного процесса, специфики отдельных видов выставочных проектов, типологии экспозиций, функциональных особенностей различных выставок, экономических аспектов выставочной деятельности;</p> <p>умение ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития выставочной деятельности;</p> <p>не владеет знаниями о современных способах эффективной организации рекламной деятельности в продвижении туристского и экскурсионного продукта и сервисных услуг;</p> <p>не способен оценить организацию процесса обслуживания ориентируясь на потребности клиента сервисного предприятия.</p> <p align="center">Удовлетворительн</p> <p>поверхностно владеет знаниями об особенностях современного выставочного процесса, специфики отдельных видов выставочных проектов, типологии экспозиций, функциональных особенностях различных выставок;</p> <p>в целом способен ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития выставочной деятельности и может оценить организацию процесса обслуживания ориентируясь на потребности клиента сервисного предприятия.</p> <p align="center">Хорошо</p> <p>владеет хорошими знаниями об</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;">Хорошо</p> <p>особенностях современного выставочного процесса, специфики отдельных видов выставочных проектов, типологии экспозиций, функциональных особенностях различных выставок; в целом способен ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития выставочной деятельности и может оценить организацию процесса обслуживания ориентируясь на потребности клиента сервисного предприятия.</p> <p style="text-align: center;">Отлично</p> <p>знает особенности современного выставочного процесса, разбирается в специфике отдельных видов выставочных проектов, типологии экспозиций, функциональных особенностях различных выставок, экономических аспектов выставочной деятельности; способен ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития выставочной деятельности; владеет знаниями о современных способах эффективной организации рекламной деятельности в продвижении туристского и экскурсионного продукта и сервисных услуг; способен оценить организацию процесса обслуживания ориентируясь на потребности клиента сервисного предприятия.</p>
<p>ОПК.11.1 Организует проведение мероприятий по продвижению туристского (сервисного) продукта</p>	<p>способность провести мониторинг выставочной и рекламной деятельности сервисного (туристского) предприятия, проанализировать проведение мероприятий по продвижению туристского (сервисного) продукта и оценить процесс обслуживания потребителя</p>	<p style="text-align: center;">Неудовлетворител</p> <p>не знает особенности современного выставочного процесса не умеет проводить мониторинг процессов обслуживания клиента, изучать мероприятия по продвижению, не способен делать развернутые выводы по существу, а также (оформлять результаты КМ в соответствии с требованиям, без грамматических и орфографических ошибок не способен ориентироваться в основных выставочных тенденциях, приводить актуальные примеры не умеет защитить презентуемые положения</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;">Удовлетворительн</p> <p>частичное знание особенностей современного выставочного процесса, в целом умеет проводить мониторинг процессов обслуживания клиента, изучать мероприятия по продвижению, делать выводы, оформлять результаты КМ в соответствии с требованиями, без грамматических и орфографических ошибок частично способен ориентироваться в основных выставочных тенденциях, приводить актуальные примеры в целом умеет защитить презентуемые положения</p> <p style="text-align: center;">Хорошо</p> <p>в целом есть знание особенностей современного выставочного процесса, умеет проводить мониторинг процессов обслуживания клиента, изучать мероприятия по продвижению, делать выводы, оформлять результаты КМ в соответствии с требованиями, без грамматических и орфографических ошибок способен хорошо ориентироваться в основных выставочных тенденциях, приводить актуальные примеры умение защитить презентуемые положения, но есть недочеты в раскрытие темы, допущены незначительные ошибки смысловые и содержательные</p> <p style="text-align: center;">Отлично</p> <p>демонстрирует высокий уровень знания особенностей современного выставочного процесса, качественно умеет проводить мониторинг процессов обслуживания клиента, изучать мероприятия по продвижению, делать выводы, оформлять результаты КМ в соответствии с требованиями, без грамматических и орфографических ошибок способен ориентироваться в основных выставочных тенденциях, приводить актуальные примеры умеет доказательно, уверенно защитить презентуемые положения,</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ОПК.11.1 Организует проведение мероприятий по продвижению туристского (сервисного) продукта</p>	<p>способность разрабатывать продукт (бренд-бук фирменного стиля) и процесс предоставления услуг в соответствии с требованиями потребителя и на основе новейших современных технологий выставочной и рекламной деятельности.</p>	<p>Неудовлетворител не способен разработать концепцию проекта "Выставка", не умеет проектировать бриф с учетом особенностей сервисного предприятия и производимой им сервисной услуги или продукта, не разбирается в особенностях современного выставочного процесса, специфике отдельных видов выставочных проектов, не знает типологию экспозиций, функциональные особенности различных выставок, не способен оценивать экономические аспекты выставочной деятельности; не умеет ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития выставочной деятельности ;не владеет знаниями о современных способах эффективной организации рекламной деятельности в продвижении туристского и экскурсионного продукта и сервисных услуг.</p> <p>Удовлетворительн разрабатывает концепцию проекта "Выставка", допуская при этом ошибки в организации взаимосвязанных коммуникациях, проектирует бриф, по может упускать характеристику отдельных элементов фирменного стиля, не всегда учитывает особенности сервисного предприятия и производимой им сервисной услуги или продукта, не во всех случаях разбирается в особенностях современного выставочного процесса, специфике отдельных видов выставочных проектов, типологии экспозиций, функциональных особенностях различных выставок, экономических аспектах выставочной деятельности; слабо ориентируется в основных тенденциях и перспективах развития выставочной деятельности; посредственно владеет знаниями о современных способах эффективной организации рекламной деятельности в продвижении туристского и экскурсионного продукта и сервисных услуг.</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;">Хорошо</p> <p>в целом способен разработать концепцию проекта "Выставка", умеет проектировать бриф с учетом особенностей сервисного предприятия и производимой им сервисной услуги или продукта, достаточно хорошо разбирается в особенностях современного выставочного процесса, специфике отдельных видов выставочных проектов, типологии экспозиций, функциональных особенностях различных выставок, экономических аспектах выставочной деятельности, допускает незначительные ошибки; умеет ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития выставочной деятельности; владеет хорошими знаниями о современных способах эффективной организации рекламной деятельности в продвижении туристского и экскурсионного продукта и сервисных услуг.</p> <p style="text-align: center;">Отлично</p> <p>на высоком уровне способен разработать концепцию проекта "Выставка", умеет проектировать бриф с учетом особенностей сервисного предприятия и производимой им сервисной услуги или продукта, полностью разбирается в особенностях современного выставочного процесса, специфике отдельных видов выставочных проектов, типологии экспозиций, функциональных особенностях различных выставок, экономических аспектах выставочной деятельности; умеет ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития выставочной деятельности; владеет знаниями о современных способах эффективной организации рекламной деятельности в продвижении туристского и экскурсионного продукта и сервисных услуг.</p>

ПК.4

Способен обеспечивать предоставление качественных персональных услуг в сфере гостеприимства и туризма

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ПК.4.3 Организует процессы обслуживания, ориентируясь на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг	умение оценивать процесс обслуживания, ориентируясь на потребности клиента сервисного предприятия, способность проводить мониторинг бренд-бука и мероприятий по продвижению экспонента	<p>Неудовлетворител не способен провести мониторинг выставочной и рекламной деятельности сервисного (туристского) предприятия, не умеет анализировать проведение мероприятий по продвижению туристского (сервисного) продукта, не знает требования к процессу обслуживания потребителя и не способен сформулировать рекомендации по улучшению маркетинговой деятельности.</p> <p>Удовлетворительн умеет в процессе мониторинга выставочной и рекламной деятельности сервисного (туристского) предприятия, проанализировать проведение мероприятий по продвижению туристского (сервисного) продукта, допускает упущения при оценке процесса обслуживания потребителя и способен частично дать рекомендации по улучшению маркетинговой деятельности.</p> <p>Хорошо умеет в процессе мониторинга выставочной и рекламной деятельности сервисного (туристского) предприятия в целом проанализировать проведение мероприятий по продвижению туристского (сервисного) продукта и дать оценку процесса обслуживания потребителя и в способен дать достоверные рекомендации по улучшению маркетинговой деятельности.</p> <p>Отлично умеет в процессе мониторинга выставочной и рекламной деятельности сервисного (туристского) предприятия полноценно проанализировать проведение мероприятий по продвижению туристского (сервисного) продукта и дать оценку процесса обслуживания потребителя и способен дать качественные рекомендации по улучшению маркетинговой деятельности.</p>

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Зачет

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 50 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 50 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
Входной контроль	1.1.Основные понятия и история выставочной и рекламной деятельности. Входное тестирование	Знание основных теоретических понятий маркетинга и менеджмента
ОПК.11.1 Организует проведение мероприятий по продвижению туристского (сервисного) продукта	1.3. КМ.1 Защищаемое контрольное мероприятие	знание этапов проектирования, реализации и контроля современного выставочного процесса; знание специфики отдельных видов выставочных проектов, функциональные особенности различных выставок, экономические аспекты выставочной деятельности; умение ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития выставочной деятельности; знание современных способов организации рекламной деятельности в продвижении туристского и экскурсионного продукта и сервисных услуг

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p>ПК.4.3 Организует процессы обслуживания, ориентируясь на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг</p> <p>ОПК.11.1 Организует проведение мероприятий по продвижению туристского (сервисного) продукта</p>	<p>3.2. КМ 2</p> <p>Защищаемое контрольное мероприятие</p>	<p>умение в процессе мониторинга выставочной и рекламной деятельности сервисного (туристского) предприятия, проанализировать проведение мероприятий по продвижению туристского (сервисного) продукта и дать оценку процесс обслуживания потребителя и рекомендации по улучшению маркетинговой деятельности</p>
<p>ПК.4.3 Организует процессы обслуживания, ориентируясь на потребности заказчика туристско-рекреационных услуг</p> <p>ОПК.11.1 Организует проведение мероприятий по продвижению туристского (сервисного) продукта</p>	<p>4.3. Итоговое КМ.</p> <p>Защищаемое контрольное мероприятие</p>	<p>умение создать проект "Выставка", спроектировать бриф с учетом особенностей сервисного предприятия и производимой им сервисной услуги или продукта, знание особенностей современного выставочного процесса, специфики отдельных видов выставочных проектов, типологии экспозиций, функциональных особенностей различных выставок, экономических аспектов выставочной деятельности; умение ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития выставочной деятельности; владение знаниями о современных способах эффективной организации рекламной деятельности в продвижении туристского и экскурсионного продукта и сервисных услуг.</p>

Спецификация мероприятий текущего контроля

1.1. Основные понятия и история выставочной и рекламной деятельности.

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
Основные понятия менеджмента в сфере туризма	5
Основные понятия маркетинга в сфере сервиса и туризма	5

1.3. КМ.1

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **4 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **15**

Показатели оценивания	Баллы
способность ориентироваться в современных тенденциях продвижения, в том числе рекламной и выставочной деятельности сервисных туристских) предприятий , приводить актуальные примеры	10
знание особенностей современного выставочного процесса, владение этапами выставочного проектирования, знание мероприятий по продвижению туристского (сервисного) продукта	10
умение защитить презентуемые положения реферата	5
умение раскрывать тему исследования, изучать и цитировать литературные источники, уметь делать развернутые выводы по существу (оформлять реферат в соответствии с требованиями, без грамматических и орфографических ошибок)	5

3.2. КМ 2

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **4 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **15**

Показатели оценивания	Баллы
знание специфики отдельных видов выставочных проектов, функциональные особенности различных выставок, экономические аспекты выставочной деятельности;	10
знание современных способов организации рекламной деятельности в продвижении туристского и экскурсионного продукта и сервисных услуг;	10
знание этапов проектирования, реализации и контроля современного выставочного процесса;	5
умение ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития выставочной деятельности;	5

4.3. Итоговое КМ.

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **4 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставаемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **20**

Показатели оценивания	Баллы
умение защитить проект Выставка и обосновать рекламные средства	10
владение знаниями о современных способах эффективной организации рекламной деятельности в продвижении туристского и экскурсионного продукта и сервисных услуг;	10
знание особенностей современного выставочного процесса, специфики отдельных видов выставочных проектов, типологии экспозиций, функциональных особенностей различных выставок, экономических аспектов выставочной деятельности;	10
умение спроектировать и заполнить бриф полностью, с учетом особенностей сервисного предприятия и производимой им сервисной услуги или продукта,	10