

**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ «ТИСБИ»**

Кафедра социально-культурного сервиса и туризма

УТВЕРЖДАЮ
зав. кафедрой
Э.Р. Салыкова
Протокол заседания
кафедры №
от «17» 2026 г.

Рабочая программа дисциплины

Наименование дисциплины	Технология и организация выставочной деятельности
Направление подготовки	43.03.03. Гостиничное дело
Профиль подготовки	Гостиничная деятельность
Год набора	2023, 2024, 2025, 2026

Составитель:

К.п.н., доц. Прохорова Е. А.

Казань

Содержание

1.	Цели и задачи учебной дисциплины	3
2.	Место дисциплины в структуре ОПОП	4
3.	Требования к результатам освоения дисциплины	5
4.	Структура и содержание дисциплины	5
4.1	Модульно-тематический план и пояснительная записка с указанием этапов формирования компетенций	6
4.2	Содержание дисциплины по темам (разделам)	6
4.3	Планы практических и семинарских занятий	7
5.	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов	8
6.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	
7.	Материально-техническое обеспечение дисциплины	10
8.	Оценка компетенций по изучаемой дисциплине	
	Приложение 1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	12
		13
	Приложение 2. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине	15

1. Цели и задачи учебной дисциплины

На современном этапе экономических преобразований в Российской Федерации выставочно-ярмарочная деятельность превратилась в заметный сегмент рынка. В стране создана выставочная индустрия, тесно связанная с рядом отраслей промышленности, имеющая собственную инфраструктуру, материально-техническую базу, специализированные кадры. Выставочная деятельность неразрывно связана с индустрией туризма и гостеприимства и занимает особое место в системе современного туристского и гостиничного маркетинга. Выставочные мероприятия занимают особое место в данном сегменте рынка, предоставляя предприятию возможность одновременного распространения и получения необходимой для соответствующей деятельности информации. Они помогают: оценить развитие отрасли, правильно сориентироваться в ценовой политике, перенять опыт коллег и, конечно же, получить экономический эффект от участия, который может выражаться как в расширении клиентской базы туристской фирмы, гостиничного комплекса, так и в количестве заключенных договоров с турагентствами и поставщиками туристских услуг. Преимущество также состоит и в том, что экспонент обладает многочисленными возможностями, чтобы превратить для клиента посещение выставки в праздник при помощи, например, организации шоу-программ, викторин, лотерей.

Цель дисциплины – сформировать у будущего бакалавра ясное представление социальной и экономической базы выставочно-ярмарочной деятельности, изложить основы теории выставочной деятельности, определить место выставочной деятельности в процессе продвижения продукта на рынок, описать всевозможные виды выставочной деятельности, использования ее в сфере туризма и гостеприимства.

Задачи дисциплины:

- познакомить студентов с базовой терминологией, основными нормативными документами и методами проведения выставок
- рассмотреть экономические аспекты выставочной деятельности, особенности работы на стенде.

После освоения данной дисциплины студент должен:

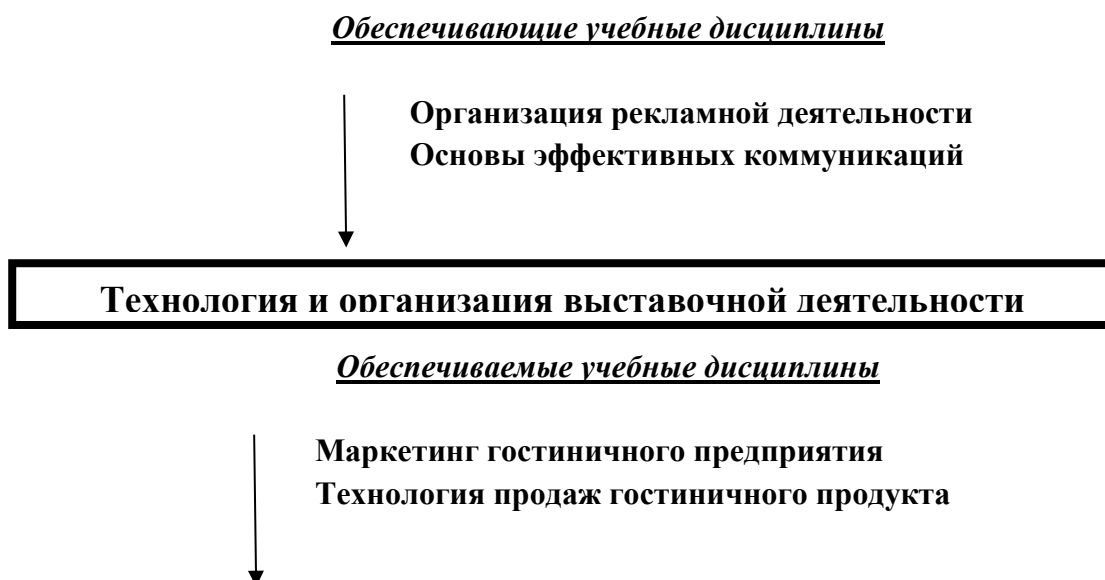
Знать: сущность и структуру технологий выставочной деятельности; средства, формы и методы технологического процесса;

Уметь: анализировать современную социокультурную ситуацию и применять различные технологии организации выставок в практической деятельности;

Владеть: навыком к продвижению товаров и сервисов.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Данная дисциплина относится к обязательной части Блока 1 учебного плана. До начала изучения дисциплины «Технология и организация выставочной деятельности» у студента должны быть сформированы компоненты компетенций, полученных в результате изучения дисциплин Организация рекламной деятельности, Основы эффективных коммуникаций. Дисциплина находится во взаимосвязи с дисциплинами согласно схеме:



3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина «Технология и организация выставочной деятельности» участвует в формировании следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению «Гостиничное дело»:

ОПК-4 «Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания»

После освоения дисциплины студент должен получить следующие образовательные результаты соотнесённые с индикаторами достижения компетенций

Декомпозиция компетенций

Индикаторы	Результаты обучения по дисциплине
Компетенция ОПК-4	
ОПК-4.3. Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети интернет	ОПК-4.3 3.6 Знает технологические особенности организации экспозиции выставки для продвижения гостиничных услуг ОПК-4.3 У.8 Умеет организовывать выставочные мероприятия для продвижения гостиничного продукта ОПК-4.3 В.7 Владеет навыками организации и проведения выставочных мероприятий для продвижения гостиничного продукта

4. Структура и содержание дисциплины.

4.1. Модульно-тематический план и пояснительная записка с указанием этапов формирования компетенций

Общая трудоемкость дисциплины по обучению составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

Модульная разбивка учебной дисциплины					
Направление Гостиничное дело Дисциплина: «Технология и организация выставочной деятельности» Очное обучение					
Наименование модулей	Количество ауд. часов		Самостоят. работа	Всего часов	Индикаторы компетенций
	Лекц.	Прак.			
Модуль 1					
Тема 1: Общая характеристика выставочной деятельности	2	4	6	12	ОПК-4.3.
Тема 2: Организация экспозиции*	2	4	6	12	ОПК-4.3.
Тема 3: Оборудование выставки	2	4	6	12	ОПК-4.3.
Модуль 2					
Тема 4: Аудитория выставки*	2	2	8	12	ОПК-4.3.
Тема 5: Менеджмент выставочной деятельности	2	2	6	10	ОПК-4.3.
Тема 6: Маркетинг выставочной деятельности		4	6	10	ОПК-4.3.
Подготовка к зачету			4	4	
ИТОГО	10	20	42	72	

* Данная тема изучается с помощью интерактивных методов обучения.

Модульная разбивка учебной дисциплины					
Направление Гостиничное дело Дисциплина: «Технология и организация выставочной деятельности» Заочное обучение					
Наименование модулей	Количество ауд. часов		Самостоят. работа	Всего часов	Индикаторы компетенций
	Лекц.	Прак.			

Модуль 1					
Тема 1: Общая характеристика выставочной деятельности		2	10	12	ОПК-4.3.
Тема 2: Организация экспозиции*		2	10	12	ОПК-4.3.
Тема 3: Оборудование выставки	2		10	12	ОПК-4.3.
Модуль 2					
Тема 4: Аудитория выставки*		2	10	12	ОПК-4.3.
Тема 5: Менеджмент выставочной деятельности	2		8	10	ОПК-4.3.
Тема 6: Маркетинг выставочной деятельности		2	8	10	ОПК-4.3.
Подготовка к зачету			4	4	
ИТОГО	4	8	60	72	

* Данная тема изучается с помощью интерактивных методов обучения.

Пояснительная записка с этапами формирования компетенций

Данный модульный курс состоит из 2-х модулей, порядок освоения которых выстраивает траекторию и этапы формирования заявленных компетенций (или их составляющих).

Модуль 1» включает в себя три учебные темы.

В результате прохождения первого модуля студент получает мотивацию к выполнению своей профессиональной деятельности и должен

- знать основные особенности и тенденции современного этапа развития выставочной деятельности;
- знать технологические особенности экспозиции выставки и влияние социально-психологических факторов на восприятие экспозиции.

Уровень освоения полученных знаний и умений проверяется тестовым опросом, выступлением на семинаре с рефератом, выполнением индивидуальных заданий.

Модуль 2 включает в себя три темы.

В результате прохождения второго модуля студент должен

- уметь анализировать современную социокультурную ситуацию и применять различные технологии организации выставок в практической деятельности и приобрести навык к продвижению туристического товара.

По результатам освоения модуля проводится устный, тестовый опрос и студент выполняет индивидуальные задания.

4.2. Содержание дисциплины по темам (разделам)

Тема 1. Общая характеристика выставочной деятельности

Планирование участия в выставке. Характер потребления культурного продукта: элитарный, массовый. Организация выставок различного уровня (международные, городские). Стационарные, передвижные выставки. Специфика работы дизайнера, архитектора, художника-декоратора. Критерии успеха выставки и планирование методов их достижения.

Тема 2. Организация экспозиции

Понятие экспозиции как основной формы выставочной деятельности. Научная концепция экспозиции. Принципы отбора экспонатов. Экспозиция в художественном, историческом музеях, выставочных залах. Принципы построения экспозиции. Методы построения экспозиции. Объем экспозиции, подбор экспонатов. Художественные средства оформления экспозиции. Электроснабжение: освещение, связь. Подбор художников. Подготовка каталогов. Подбор и обучение персонала.

Тема 3. Оборудование выставки

Оборудование выставки. Специальные приспособления для демонстрации экспонатов. Функции оборудования выставки. Виды и типы оборудования в современной музейной и выставочной практике. Требования к проектированию оборудования.

Тема 4. Аудитория выставки

Влияние социально-психологических факторов на восприятие экспозиции. Социологические исследования аудитории: опрос, наблюдение, анализ документации. Организация маршрутов движения посетителей. Особенности работы с посетителями: методы активизации внимания, бонусы и сувениры, методы делового общения.

Тема 5. Менеджмент выставочной деятельности

Менеджмент выставочной деятельности. Планирование выставки. Организация выставки. Реализация; контроль. Критерии успеха выставки.

Тема 6. Маркетинг выставочной деятельности

Маркетинг выставочной деятельности: анализ потребностей посетителей, продвижение проекта, определение перспективных услуг и возможностей получения прибыли. Источники финансирования выставки. Бюджет, смета расходов выставки.

4.3. Планы практических и семинарских занятий

Тема 1. Общая характеристика выставочной деятельности

Вопросы для обсуждения

1. Планирование участия в выставке.
2. Характер потребления культурного продукта: элитарный, массовый.
3. Организация выставок различного уровня (международные, городские).
4. Стационарные, передвижные выставки.
5. Специфика работы дизайнера, архитектора, художника-декоратора.
6. Критерии успеха выставки и планирование методов их достижения.

Тема 2. Организация экспозиции

Вопросы для обсуждения

1. Научная концепция экспозиции.
2. Принципы отбора экспонатов.
3. Принципы и методы и средства построения экспозиции

Задание.

Разработать и организовать выставку (выставочный стенд, фрагмент выставки) по самостоятельно выбранной теме. Подготовить презентацию выставки на практическом занятии.

Тема 3. Оборудование выставки

Вопросы для обсуждения

1. Оборудование выставки.
2. Специальные приспособления для демонстрации экспонатов.
3. Функции оборудования выставки.
4. Виды и типы оборудования в современной музейной и выставочной практике.
5. Требования к проектированию оборудования.

Задание.

Написать контрольную работу на тему «Организация выставочной деятельности в учреждениях социокультурной сферы» по плану:

Введение. Актуальность, цель, задачи.

1. Особенности выставочной деятельности в ДК (музее, библиотеке, выставочном зале, школе).
2. Технология оформления стенда на выставке.
3. Оценка эффективности выставки.

Заключение.

Приложения (фотографии, каталоги и т.д.)

Тема 4. Аудитория выставки

Вопросы для обсуждения

1. Влияние социально-психологических факторов на восприятие экспозиции.
2. Социологические исследования аудитории: опрос.
3. Организация маршрутов движения посетителей.
4. Особенности работы с посетителями.

Задание 1.

Разработать экскурсию по выставке, провести опрос посетителей и сформулировать пути повышения эффективности выставочной деятельности.

Тема 5. Менеджмент выставочной деятельности

Вопросы для обсуждения

1. Менеджмент выставочной деятельности.
2. Планирование выставки.
3. Организация выставки.
4. Реализация; контроль.
5. Критерии успеха выставки

Задание 1.

Разработать информационное письмо-предложение потенциальным спонсорам конкретного проекта из ранее разработанной программы. Текст письма должен содержать обращение, суть предложения, информацию об организаторах и их компетентности, потенциальных партнерах, об отношении властей, степени участия СМИ, дополнительных выгодах, контактные данные.

Тема 6. Маркетинг выставочной деятельности

Вопросы для обсуждения

1. Типы и виды стратегий маркетинга.
2. Отличительные черты зоны деловой активности, маркетингового комплекса.
3. Методика составления бизнес-плана.

Задание 1.

Разработать бизнес-план в сфере выставочной деятельности, учитывая следующие параметры:

- Оценка рынка сбыта
- Оценка конкурентов
- Стратегия маркетинга
- Формирование общественного мнения
- Организационный план
- Финансовый план.

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов регламентируется Положением об организации самостоятельной работы студентов.

Основными видами учебных занятий для студентов по данному курсу учебной дисциплины являются: лекции, практические занятия и самостоятельная работа студентов. Самостоятельная работа студентов является составной частью их учебной работы и имеет целью закрепление и углубление полученных знаний, умений и навыков, поиск и приобретение новых знаний.

Самостоятельная работа студентов включает в себя освоение теоретического материала на основе лекций, основной и дополнительной литературы; подготовку к семинарским занятиям в индивидуальном и групповом режиме. Советы по самостоятельной работе с точки зрения использования литературы, времени, глубины проработки темы и др., а также контроль за деятельностью студента осуществляется во время семинарских занятий.

Целью преподавателя является стимулирование самостоятельного, углублённого изучения материала курса, хорошо структурированное, последовательное изложение теории на лекциях, отработка навыков решения задач и системного анализа ситуаций на семинарских занятиях, контроль знаний студентов.

При подготовке к семинарским занятиям и выполнении контрольных заданий студентам следует использовать литературу из приведенного в данной программе списка, а также руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя.

Перед каждым семинарским занятием студент изучает план семинарского занятия с перечнем тем и вопросов, списком литературы и домашним заданием по вынесенному на семинар материалу.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к семинарскому занятию и выполнению домашних заданий:

- проработать конспект лекций;
- проанализировать основную и дополнительную литературу, рекомендованную по изучаемому разделу (модулю);
- изучить решения типовых задач;
- решить заданные домашние задания;
- при затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

В конце каждого практического занятия студенты получают «домашнее задание» для закрепления пройденного материала. Домашние задания необходимо выполнять к каждому семинарскому занятию. Сложные вопросы можно вынести на обсуждение на семинар или на индивидуальные консультации. Контрольные работы состоят из вопросов и задач, аналогичным задачам домашних заданий. Они оцениваются по 100 балльной системе в соответствии с Положением о модульно-рейтинговой системе организации учебного процесса и оценки успеваемости студентов, и выполняются в учебные часы по расписанию в виде письменного решения индивидуальных контрольных заданий. Выше по разделам приводились примерные варианты контрольных заданий.

На семинарских занятиях приветствуется способность на основе полученных знаний находить наиболее эффективное решение поставленных проблем.

Контроль над ходом и результатами самостоятельной работы студентов может осуществляться в сплошной, индивидуальной, выборочной формах.

В процессе самостоятельного изучения студент обязан проработать перечисленные ниже темы, для углубления теоретических знаний и практических навыков, на основании методических рекомендаций по самостоятельной работе.

Темы для самостоятельного изучения

1. Размещение выставок.
2. Новые формы проведения выставок, получившие распространение в последнее время.
3. Виртуальные выставки.
4. Роль выставочной деятельности при выработке стратегии фирмы.
5. Формирование целевой направленности выставочной деятельности.
6. Инструмент коммуникативной политики предприятия.
7. Инструменты распределения (сбыта) известные и используемые на выставках.
8. Роль выставок среди инструментов товарной политики.
9. Участие в выставке как помощь в наблюдении за конкурентами.

10. Роль выставочного менеджера при подготовке и участии в выставке на каждом организационном этапе.
11. Сервисные услуги для экспонента от организаторов выставки.
12. Классификация затрат выставочных организаций.
13. Особенности бухгалтерского и налогового учета затрат у фирм, участвующих в выставках.
14. Особенности отражения командировочных расходов при направлении сотрудников на выставки, проводимые за рубежом.
15. Последствия роста стоимости участия в выставках.
16. Связь между выставочным, туристским и отельным бизнесом.
17. Общие подходы в работе с клиентами в сфере туризма и ВЯД.
18. Роль туризма при проведении Всемирных выставок «Экспо».
19. Особенности международных выставок в системе туристического маркетинга.
20. Наиболее популярные в мире международные туристские выставки, биржи и ярмарки.
21. Особенности процесса участия туристической фирмы в работе выставки.
22. Реклама на туристской выставке.
23. Подготовка персонала турпредприятия для участия в выставке.
24. Основные функции стендистов фирмы на туристской выставке.
25. Типология основных типов посетителей коммерческих выставок и ярмарок.
26. Наиболее распространенные типы вопросов и ответов на выставке.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная:

1. Сологубова, Г. С. Технология выставочной деятельности : учебник для среднего профессионального образования / Г. С. Сологубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 248 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15599-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520554>
2. Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности : учебное пособие для вузов / Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 194 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06841-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513640>

Дополнительная литература:

1. Пашковский С.В. Организация выставочной деятельности : учебное пособие / Пашковский С.В.. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2023. — 57 с. — ISBN 978-5-7937-2420-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/140153.html>

Интернет-ресурсы:

ЭБС Юрайт. — URL: <https://urait.ru>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования, специализированные лаборатории (в соответствии с Реестром материально-технического обеспечения аудиторного фонда Университета управления «ТИСБИ»).

8. Оценка компетенций по изучаемой дисциплине

Для оценки результатов обучения рекомендуется использовать модульно-рейтинговую систему оценивания знаний, умений и навыков студентов по окончанию изучения каждого Модуля в соответствии с Положением о модульно-рейтинговой системе организации образовательного процесса. Итоговая оценка (в баллах) складывается из баллов, набранных по каждому Модулю (семестровая оценка) и баллов, набранных, непосредственно на экзамене.

Расчет набранных баллов по дисциплине осуществляется в следующей последовательности:

$$C = \frac{M_1 + M_2 + \dots + M_n}{n} \times 0,6$$
, где М – количество баллов по модулю; n – количество модулей

$Z = K \times 0,4$, где К - количество баллов на экзамене (зачете);

$I = C + Z + P$, где P – поощрительные баллы (от 1 до 5).

Уровень сформированности компетенций и их основные признаки оцениваются по следующим таблицам:

Оценка уровня сформированности компетенции ОПК-4

«Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания»

в части дисциплины «Технология и организация выставочной деятельности»

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня	Инструменты оценки сформированности уровня
1	Пороговый уровень (как минимально допустимый) (обязательный для всех студентов-выпускников вуза по завершении освоения ОПОП ВО) (от 60 до 70 баллов)	Знает технологические особенности организации экспозиции выставки для продвижения гостиничных услуг Умеет организовывать выставочные мероприятия для продвижения гостиничного продукта Владеет навыками организации и проведения выставочных мероприятий для продвижения гостиничного продукта	Выступление на семинаре Устный и тестовый опрос Реферат Индивидуальное задание Зачет
2	Базовый уровень (относительно порогового уровня) (От 71 до 85 баллов)	Знает технологические особенности организации экспозиции выставки для продвижения гостиничных услуг Умеет организовывать выставочные мероприятия для продвижения гостиничного продукта Владеет навыками организации и проведения выставочных мероприятий для продвижения гостиничного продукта	Выступление на семинаре Устный и тестовый опрос Реферат Индивидуальное задание Зачет
3	Повышенный уровень (относительно порогового уровня) (От 86 до 100 баллов)	Знает технологические особенности организации экспозиции выставки для продвижения гостиничных услуг Умеет организовывать выставочные мероприятия для продвижения гостиничного продукта Владеет навыками организации и проведения выставочных мероприятий для продвижения гостиничного продукта	Выступление на семинаре Устный и тестовый опрос Реферат Индивидуальное задание Зачет

--	--	--	--

Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины.

Студентам на первом занятии необходимо ознакомиться с Рабочей программой дисциплины, где прописаны цели, задачи и трудоемкость дисциплины. Перед началом изучения дисциплины необходимо повторить учебный материал обеспечивающих учебных дисциплин предшествующих курсов, которые дают основу для изучения дисциплины Технология и организация выставочной деятельности, а именно: Организация рекламной деятельности, Основы эффективных коммуникаций и др.

Затем необходимо ознакомиться с порядком изучения дисциплины, т.е. модульно-тематическим планом и пояснительной запиской с указанием этапов формирования заявленных компетенций.

И, наконец, ознакомиться с порядком оценивания результатов обучения, для чего необходимо изучить следующие документы: Положение о модульно-рейтинговой системе оценивания и Принципы оценки уровня знаний, умений и навыков (характеристика ответа).

Студент должен внимательно изучить перечень основной (дополнительной) литературы и взять необходимые учебники в библиотеке.

При сдаче модулей упор делается на анализ тенденций современного этапа развития выставочной деятельности и знание технологических особенностей экспозиции выставки и влияние социально-психологических факторов на восприятие экспозиции.

При подготовке к семинарскому занятию необходимо уточнить план проведения занятий, подготовить необходимую документацию. Практические занятия проводятся после лекционного изучения темы. Решение заданий, приведенных в программе учебной дисциплины обязательно.

При изучении данного курса преподавателем используются интерактивные методы обучения, что помогает эффективнее сформировать заявленные компетенции. При проведении занятий с помощью интерактивных технологий группа разбивается на команды.

Интерактивные формы обучения обеспечивают высокую мотивацию, прочность знаний, творчество, коммуникабельность, командный дух, ценность индивидуальности, свободу самовыражения, акцент на деятельность, взаимоуважение и демократичность.

**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ «ТИСБИ»**

Фонд оценочных средств
для проведения текущей и промежуточной
аттестации по дисциплине:

Технология и организация выставочной деятельности

направление подготовки: 43.03.03. Гостиничное дело

профиль подготовки: Гостиничная деятельность

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств
2. Наполнение фонда оценочных средств по формам контроля
 - 2.1 Фонд оценочных средств и шкала оценивания для текущего контроля.
 - 2.1.1 Выступление на семинаре
 - 2.1.2 Индивидуальные домашние задания
 - 2.1.3 Реферат
 - 2.1.4 Тестирование
 - 2.2 Фонд оценочных средств и шкала оценивания для промежуточного контроля.
 - 2.2.1 Фонд оценочных средств для проверки знаний и умений (вопросы к зачету)
 - 2.2.2 Фонд оценочных средств для проверки сформированности навыков (задачи к зачету)

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Формы контроля	ОПК-4
Формируемые компетенции и их индикаторы	
	ОПК 4.3.
выступление на семинаре	3.6
индивидуальные домашние задания	3.6, У8
реферат, эссе, творческие задания и др.	3.6, У8, В7
тестирование	3.6, У8
зачет	3.6, У8, В7

З- знания, У- умения, В-навыки

2. Наполнение фонда оценочных средств по формам контроля.

2.1 Фонд оценочных средств и шкала оценивания для текущего контроля

2.1.1. Выступление на семинаре

Выступление на семинаре является формой контроля для оценки уровня освоения компетенций, применяемой на семинарских занятиях. Выступление на семинаре может проводиться с использованием форм устного опроса, обсуждения докладов, эссе, выполненных индивидуальных заданий и проблемных вопросов. Выступление на семинаре, таким образом, включает обязательную для всех студентов оценку текущего контроля знаний в виде устного опроса, а также выступление студентов по вопросам организации выставочного мероприятия.

Примерные вопросы к семинарским занятиям

Вопросы к семинарам включают оценку закрепления материала, пройденного на лекциях, а также вопросы, направленные на выявление уровня понимания студентом основных понятий, особенности и тенденции современного этапа развития выставочной деятельности и на знание технологических особенностей экспозиции выставки и влияние социально-психологических факторов на восприятие экспозиции.

Вопросы на проверку знаний

1. Многообразие технологий выставочной деятельности.
2. Специфика организации экспозиции.
3. Методы работы с аудиторией выставки.
4. Методы повышения эффективности выставочной деятельности
5. Освоение комплекса приемов организации выставочной деятельности.

Критерии оценивания выступления на семинаре

Результат	Балл
Демонстрирует полное понимание поставленного вопроса, логично и последовательно отвечает на вопрос. Дает развернутый ответ с практическими примерами	100-90

Дает полный и логически правильный ответ на вопрос, но сформулировать примеры по рассматриваемому вопросу не может	80-89
Демонстрирует частичное понимание сути вопроса, способен охарактеризовать суть анимационной деятельности.	70-79
Способен сформулировать определения терминов, привести классификацию, перечислить функции, виды анимации и т.п.	60-69
Демонстрирует непонимание вопроса, отвечает с наличием грубых ошибок в ответе либо не отвечает на вопросы	Менее 60

2.1.2. Индивидуальное задание

Цель проведения индивидуального задания – закрепление знаний основных теоретических положений, изложенных в лекциях и учебных пособиях дополнительно, а также отработка навыков проектирования социально-экономических организационных систем, удовлетворяющих современным требованиям науки и практики.

В ходе выполнения индивидуального выявляется теоретическая подготовка, практические навыки по изучаемой дисциплине и компьютерная грамотность студентов.

В первое индивидуальное задание входит посещение выставки студентом (на выбор студента) и оценивание уровня организации, специфики работы персонала, эффективности развлекательных мероприятий и методов привлечения аудитории.

Критерии оценивания индивидуально задания 1

Результат	Балл
Демонстрирует теоретическую подготовку поставленного вопроса, логично и последовательно отвечает на вопрос. Дает развернутый ответ по практическому заданию.	100-90
Демонстрирует частичное понимание сути вопроса, способен охарактеризовать суть анимационной деятельности на конкретном примере.	80-89
Демонстрирует теоретическую подготовку поставленного вопроса, но проанализировать конкретный пример своего индивидуального задания не может.	70-79
Демонстрирует неполную теоретическую и практическую подготовку по заданию.	60-69
Демонстрирует непонимание вопроса, отвечает с наличием грубых ошибок в ответе либо не отвечает на вопросы	Менее 60

Второе индивидуальное задание включает разработку проекта спонсорского пакета для организации выставки по следующим параметрам:

- Описание проекта
- Бюджет
- Статус спонсорства
- Перечень рекламных и информационных возможностей спонсора
- Прогноз спонсорского эффекта.

Выполнение данного задания позволит закрепить знания основных теоретических положений, изложенных в лекциях и учебных пособиях дополнительно, а также будет направлено на отработку умений по организации выставочного мероприятия.

В процессе подготовки данного задания студенты приобретают умения в создании проекта спонсорского пакета для организации выставки.

В ходе выполнения работы выявляется теоретическая подготовка, практические навыки по изучаемой дисциплине.

Критерии оценивания индивидуального задания 2

Результат	Баллы
Проект составлен по всем предъявляемым требованиям.	90-100
Основные требования к проекту выполнены, но при этом допущены недочёты.	80-89
Основные требования к проекту выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; имеются упущения в оформлении.	66-79
В работе имеются существенные отступления от требований к проекту.	60-65

2.1.3. Реферат

Реферат является одним из этапов в формировании компетенций обучающегося. Реферат как форма оценочного средства предполагает краткое изложение в письменном виде содержания и результатов индивидуальной учебно-исследовательской деятельности, имеет регламентированную структуру, содержание и оформление. Его задачами являются формирование умений самостоятельной работы студентов с источниками литературы, их систематизация, развитие навыков логического мышления, углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

Примерные темы рефератов

1. Размещение выставок.
2. Новые формы проведения выставок получившие распространение в последнее время.
3. Виртуальные выставки.
4. Роль выставочной деятельности при выработке стратегии фирмы.
5. Формирование целевой направленности выставочной деятельности.
6. Инструмент коммуникативной политики предприятия.
7. Инструменты распределения (сбыта) известные и используемые на выставках.
8. Роль выставок среди инструментов товарной политики.
9. Участие в выставке как помощь в наблюдении за конкурентами.
10. Роль выставочного менеджера при подготовке и участии в выставке на каждом организационном этапе.
11. Сервисные услуги для экспонента от организаторов выставки.
12. Классификация затрат выставочных организаций.
13. Особенности бухгалтерского и налогового учета затрат у фирм, участвующих в выставках.

14. Особенности отражения командировочных расходов при направлении сотрудников на выставки, проводимые за рубежом.
15. Последствия роста стоимости участия в выставках.
16. Связь между выставочным, туристским и отельным бизнесом.
17. Общие подходы в работе с клиентами в сфере туризма и ВЯД.
18. Особенности процесса участия туристической фирмы в работе выставки.
19. Типология основных типов посетителей коммерческих выставок и ярмарок.
20. Наиболее распространенные типы вопросов и ответов на выставке.

Критерии оценивания

Критериями оценки реферата являются: новизна текста, обоснованность выбора источников литературы, степень раскрытия сущности вопроса, соблюдения требований к оформлению. Новизна текста определяет, прежде всего, самостоятельностью в постановке проблемы, формулированием нового аспекта известной проблемы, наличие авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений.

Одним из критериев оценки работы является анализ использованной литературы. Определяется, привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.).

Степень раскрытия сущности вопроса – наиболее важный критерий оценки работы студента над рефератом. В данном случае определяется: а) соответствие плана теме реферата; б) соответствие содержания теме и плану реферата; в) обоснованность способов и методов работы с материалом, способность его систематизировать и структурировать; г) полнота и глубина знаний по теме; е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме). Также учитывается соблюдение требований к оформлению: насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы; оценка грамотности и культуры изложения; владение терминологией; соблюдение требований к объёму реферата.

Критерии оценивания	Баллы
В реферате обозначена проблема и обоснована её актуальность; сделан анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция; сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём; соблюдены требования к внешнему оформлению.	90-100
Основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении.	80-89
В работе имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата; отсутствуют выводы.	66-79
Реферат представлен, но тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.	60-65

2.1.4. Тестирование

Тестирование используется для текущего контроля знаний студентов. В целях освоения компетенции для прохождения тестирования студенты изучают необходимый теоретический материал по теме. Каждому студенту выдается один вариант теста из расчета по времени на решение на одну полную пару.

Тесты

1. Первая всемирная выставка состоялась:
 - а) в Париже;
 - б) в Лондоне;
 - в) в Филадельфии;
 - г) в Милане.
2. Длительность Всероссийской выставки, проходящей в Нижнем Новгороде в 1886 году составила:
 - а) 100 дней;
 - б) 60 дней;
 - в) 120 дней;
 - г) 30 дней.
3. Первая Российская ярмарка была проведена:
 - а) в 17 в.;
 - б) в 18 в.;
 - в) в 19 в.;
 - г) в 16 в.
4. В каком году открылась первая Всероссийская торгово-промышленная выставка?
 - а) в 1896 году;
 - б) в 1822 году;
 - в) в 1816 году;
 - г) в 1844 году.
5. Какая международная организация определила, что «ярмарка – это международная выставка образцов, которая независимо от ее наименования в соответствии с обычаями страны, на которой она проводится, представляет собой рынок товаров широкого определения»?
 - а) Союз выставок и ярмарок;
 - б) Международный союз ярмарок;
 - в) Межгосударственный совет по выставочно-ярмарочной деятельности;
 - г) Международное бюро выставок.
6. На Венском конгрессе Союза международных ярмарок в 1977 году была утверждена следующая классификация международных ярмарок:
 - а) временные и постоянные;
 - б) технические и ярмарки товаров широко потребления;
 - в) национальные и региональные;

г) общепрофессиональные и специализированные ярмарки.

7. Временные выставочно-ярмарочные мероприятия проходят:

а) от 2-5 дней до двух недель;

б) от двух недель до 5 месяцев;

в) год;

г) полгода.

8. В зависимости от значимости мероприятия для экономики выделяют следующие выставочно-ярмарочные мероприятия:

а) федерального, межрегионального, местного значения;

б) универсальные, специализированные;

в) всемирные, международные, национальные;

г) проводимые на территории своей страны или в других странах.

9. Что стало мощным импульсом активизации ярмарочной торговли в Сибири в середине 19 века:

а) развитие транспортной структуры;

б) рост нефтедобывающей промышленности;

в) рост крупных предприятий;

г) рост золотодобывающей промышленности.

10. Помимо демонстрации экспонатов выставки и ярмарки включают:

а) спортивные игры;

б) семинары, конференции;

в) экскурсии;

г) посещение достопримечательностей.

11. Участие в выставке служит достижению следующих предпринимательских целей:

а) коммуникативные, прогностические, сбытовые, товарная политика предприятия;

б) коммуникативные, ценообразовательные, сбытовые, товарная политика предприятия;

в) коммуникативные, ценообразовательные, прогностические, товарная политика предприятия;

г) коммуникативные, ценообразовательные, сбытовые, прогностические.

12. К первостепенным целям участия в выставке не относят:

а) поиск партнеров из различных географических регионов;

б) ориентировка в ситуации внутри отрасли;

в) обмен опытом;

г) проверка конкурентоспособности товара.

13. К каким целям участия в выставке относится налаживание работы с прессой:

а) к первостепенным;

б) к коммуникативным;

в) к ценообразовательным;

г) к целям товарной политики.

14. Конечная цель участия в любой выставке – это:

а) знакомство с новыми рынками;

- б) обмен опытом;
- в) нахождение новых клиентов и закрепление отношений со старыми партнерами;
- г) участие в специализированных мероприятиях.

15. Стоимость контакта и заключение контракта вследствие участия в выставке по отношению с иными способами маркетинга:

- а) ниже;
- б) выше;
- в) не имеет значения;
- г) одинакова.

16. Исследование внешней конъюнктуры включает в себя:

- а) уровень качества продукции;
- б) степень предназначения продукции для широкого круга потребителей;
- в) анализ поведения основных конкурентов;
- г) возможность предприятия организовать и обустроить выставочный стенд.

17. К целям посетителей-специалистов не относят:

- а) оценку конъюнктуры;
- б) сравнение цен;
- в) увеличение сбыта;
- г) знакомство с тенденциями развития предприятий.

18. Страна выставок – это:

- а) Германия;
- б) Франция;
- в) Великобритания;
- г) Австрия.

19. К косвенным факторам эффективного выбора выставки не относится:

- а) доброжелательность местного населения;
- б) престиж выставки;
- в) качественный уровень услуг выставочного сервиса;
- г) географическое положение и транспортное обслуживание.

20. От участия в выставке чаще всего отказываются из-за:

- а) отсутствия количественного уровня выставочного сервиса;
- б) отсутствия культурной инфраструктуры;
- в) предстоящих затрат;
- г) возможных результатов.

21. На сколько этапов делится организационный процесс при участии в выставке:

- а) на 4 этапа;
- б) на 5 этапов;
- в) на 3 этапа;
- г) на 6 этапов.

22. Процедура подготовки к ярмарке-выставке занимает:

- а) от 20 до 52 недель;
- б) от 10 до 20 недель;
- в) от 5 до 30 недель;
- г) от 20 до 30 недель.

23. Редкое участие российских предприятий в зарубежных выставках обусловлено:

- а) неограниченными экономическими возможностями;
- б) непониманием роли выставок в системе маркетинга;
- в) экономической поддержкой государства;
- г) высоким уровнем осведомленности.

24. В заявке об участии в выставке не указываются:

- а) личные данные стендиста;
- б) тип стенда;
- в) расположение в павильоне;
- г) габариты стенда.

25. Для того чтобы участие в выставке не соответствовало требованиям экологии, необходимо:

- а) не применять многооборотную тару и упаковку при транспортировке;
- б) изыскивать возможности сокращения отходов;
- в) не применять изделия, рассчитанные на многоразовое употребление или вторичную утилизацию;
- г) взять на вооружение девиз «Повторно не использовать».

26. На сколько функциональных зон разделяется стенд?

- а) на три;
- б) на пять;
- в) на две;
- г) на четыре.

27. К презентационной площади стенда относится:

- а) помещения для персонала;
- б) склад;
- в) все поверхности для экспонатов;
- г) стол для приема посетителей.

28. С позиций возможности общения персональная зона составляет:

- а) до 1 м;
- б) от 1 м до 4 м;
- в) от 4 м;
- г) от 0,5 м до 1 м.

29. К персоналу выставки не относится:

- а) посетитель выставки;
- б) специалисты, работающие на стенде;
- в) руководство стенда;
- г) специалист, отвечающий за справочно-информационную службу стенда.

30. Квалифицированный персонал стенда не должен:

- а) переносить нагрузки;
- б) неуверенно вести себя в любой ситуации, не обладать искусством убеждения;
- в) быть контактным и общительным;
- г) уметь оперировать своими знаниями и опытом.

31. Изменение учетной политики организации не допустимо в следующем случае:

- а) появление новых видов деятельности организации;
- б) при неменяющемся законодательстве и нормативных актах по бухгалтерскому учету;
- в) при наличии новых собственников;
- г) при реорганизации.

32. Затраты можно классифицировать по составу на:

- а) коммерческие и административные;
- б) прямые и косвенные;
- в) фактические и плановые;
- г) переменные и постоянные.

33. К каким затратам можно отнести стоимость монтажа выставочных конструкций:

- а) к административным;
- б) к косвенным;
- в) к прямым;
- г) к общевыставочным.

34. Какой документ необходим для проводки при оплате взноса за участие в выставке:

- а) выписка из банка;
- б) акт об оказании услуг;
- в) счет-фактура;
- г) платежное поручение.

35. Если вы оплатили участие в выставке в декабре 2009 года, а она состоялась в июле 2010 года, то когда можно включить затраты в себестоимость?

- а) в декабре;
- б) в июле;
- в) в январе;
- г) в августе.

36. К нормируемым расходам на рекламу относят следующие затраты:

- а) на световую и наружную рекламу;
- б) расходы на изготовление рекламных брошюр;
- в) расходы на приобретение призов;
- г) на оформление витрин и демонстрационных залов.

37. На ярмарках промышленной продукции 25% посетителей посещают:

- а) не меньше 10 экспонентов;
- б) не больше 5 экспонентов;

в) не больше 15 экспонентов;

г) не меньше 20 экспонентов.

38. Что относится к затратам на обеспечение работы персонала в подготовительный период:

а) подготовка пресс-релизов о фирме и ее участии в выставке;

б) расходы на покупку мебели для стенда;

в) плата за аренду стенда;

г) регистрационный взнос.

39. К расходам по содержанию персонала не относят:

а) стоимость проездных билетов;

б) проживание в гостинице;

в) суточные;

г) расходы на телефонную связь.

40. К рекламным расходам относят:

а) медицинское страхование;

б) публикации в прессе;

в) уборка внутри стенда;

г) аренда автомашин.

41. К инфраструктуре выставочной деятельности не относят следующие элементы:

а) организации, не предоставляющие площади для выставочных мероприятий;

б) организаторов выставок;

в) участников выставок;

г) структуры, координирующие выставочную деятельность на международном уровне.

42. Количество торгово-промышленных выставок и ярмарок в России ежегодно:

а) уменьшается;

б) остается неизменным;

в) растет.

43. В какой стране не существует единого правового акта, посвященного регулированию основных аспектов выставочно-ярмарочной деятельности:

а) Германия;

б) Россия;

в) Италия;

г) Испания.

44. Межправительственное соглашение о развитии выставочно-ярмарочной деятельности в СНГ было подписано:

а) 10.10.2001г.;

б) 10.08.1993г.;

в) 25.03.1990г.;

г) 25.05.1995г.

45. Какой принцип не является базовым для организации выставочно-ярмарочной деятельности в СНГ:

- а) свобода выбора организационной формы сотрудничества;
- б) равноправие участников;
- в) низкий уровень профессионализма;
- г) добровольность участия в мероприятиях.

46. Союз выставок и ярмарок был создан:

- а) 1995г.;
- б) 1992г.;
- в) 1998г.;
- г) 1991г.

47. День рождения Союза международных ярмарок:

- а) 28 августа 1930г.;
- б) 15 апреля 1925г.;
- в) 7 октября 1935г.;
- г) 4 февраля 1920г.

48. Высшим органом УФИ является:

- а) Генеральный секретариат;
- б) Исполнительный комитет;
- в) Конгресс;
- г) Совет директоров.

49. Выставочному центру, пожелавшему стать членом УФИ необходимо соблюдать следующее условие:

- а) выставочная площадь, предоставленная иностранным участникам, должна составлять, по меньшей мере, 20% от общей выставочной площади;
- б) 10% от общего числа участников должны составлять иностранные экспоненты;
- в) должны продаваться образцы со стендов;
- г) 30% от общего числа посетителей должны быть иностранными представителями.

50. Какая организация в РФ принимает решение об оказании организационной поддержки выставочно-ярмарочным мероприятиям федерального значения:

- а) Выставочный комитет при правительстве;
- б) Торгово-промышленная палата РФ;
- в) Комиссия по выставочной деятельности при Министерстве здравоохранения РФ;
- г) Комиссия правительства РФ по выставочно-ярмарочной деятельности.

51. Международное бюро выставок рассматривает:

- а) продолжительность выставок;
- б) классификацию выставок;
- в) права и обязанности страны-организатора и стран-участниц выставки;
- г) вопросы практического порядка.

52. Общую выставку I категории разрешается проводить в одной и той же стране не чаще:

- а) одного раза в 20 лет;
- б) одного раза в 15 лет;
- в) одного раза в 10 лет;

г) одного раза в 5 лет.

53. Промежуток между общими выставками I категории в различных странах составляет:

а) 4 года;

б) 10 лет;

в) 6 лет;

г) 3 года.

54. Высшим органом Международного бюро выставок является:

а) Исполнительный комитет;

б) Информационный комитет;

в) Административно-бюджетный комитет;

г) Комитет по разработке правил.

55. Эмблема всемирных выставок - это:

а) желтый ромб с синими вертикальными линиями;

б) зеленый круг с ладонями;

в) синий круг с белыми горизонтальными линиями, уходящими вверх;

г) красный треугольник с солнцем в центре.

56. В соответствии Конвенции 1928г. продолжительность всемирных выставок не должна превышать:

а) 2 месяцев;

б) 3 месяцев;

в) 6 месяцев;

г) 1 года.

57. Срок действия карнета не должен превышать:

а) 2 года с даты выдачи;

б) 1 года с даты выдачи;

в) 3 года с даты выдачи;

г) 4 года с даты выдачи.

58. Правительство какой-либо страны при организации всемирной выставки до рассылки приглашений обязано зарегистрировать эту выставку:

а) в Международном валютном фонде;

б) в Европейском союзе;

в) в Торгово-промышленной палате своей страны;

г) в Международном бюро выставок.

59. Вопрос определения финансово-организационной структуры всемирной выставки решается:

а) страной-участником;

б) Международным бюро выставок;

в) типовыми общими правилами;

г) страной-организатором.

60. Основное международное соглашение, регулирующее вопросы охраны прав на изобретения, товарные знаки, промышленные образцы - это:

а) Парижская конвенция по охране промышленной собственности;

- б) Брюссельская таможенная конвенция;
- в) Парижская конвенция 1928г.;
- г) Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности.

Критерии оценки тестирования

Степень выполнения задания	Балльный диапазон, в % от максимального	Балл
Максимальная	85 – 100%	90-100
Выше средней	70 – 84%	80-89
Средняя	50 – 69%	66-79
Ниже средней	менее 50%	60-65

2.2 Фонд оценочных средств и шкала оценивания для промежуточного контроля

2.2.1 Фонд оценочных средств для проверки знаний/умений

Вопросы к зачету.

1. Технологии выставочной деятельности, сущность и структура.
2. Планирование участия в выставке.
3. Характер потребления культурного продукта: элитарный, массовый.
4. Организация выставок различного уровня (международные, городские).
5. Стационарные, передвижные выставки.
6. Специфика работы дизайнера, архитектора, художника-декоратора.
7. Понятие экспозиция как основная форма выставочной деятельности.
8. Научная концепция экспозиции.
9. Принципы отбора экспонатов.
10. Экспозиция в художественном, историческом музеях, выставочных залах.
11. Принципы построения экспозиции.
12. Методы построения экспозиции.
13. Художественные средства оформления
14. Специфика подготовки каталогов.
15. Выставочное оборудование.
16. Влияние социально-психологических факторов на восприятие экспозиции.
17. Социологические исследования аудитории.
18. Организация маршрутов движения посетителей.
19. Особенности работы с посетителями.
20. Критерии успеха выставки и планирование методов их достижения
21. Менеджмент выставочной деятельности.
22. Маркетинг выставочной деятельности.
23. Источники финансирования выставки.

2.2.2. Фонд оценочных средств для проверки сформированности навыков (задачи к зачету)

Задание 1.

Разработать информационное письмо-предложение потенциальным спонсорам конкретного проекта из ранее разработанной программы. Текст письма должен содержать обращение, суть предложения, информацию об организаторах и их компетентности, потенциальных партнерах, об отношении властей, степени участия СМИ, дополнительных выгодах, контактные данные.

Задание 2.

Разработать бизнес-план в сфере выставочной деятельности, учитывая следующие параметры:

- Оценка рынка сбыта
- Оценка конкурентов
- Стратегия маркетинга
- Формирование общественного мнения
- Организационный план
- Финансовый план.

Критерии оценки уровня усвоения знаний, умений и навыков по результатам зачета

Характеристика ответа	Европей- ская оценка	Рубежные баллы	Зачет/ не- зачет	Уровень сформиро- ванности компетен-
Дан полный, развернутый ответ на поставленный теоретический вопрос зачетного билета, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном ориентировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента. При ответе на зачетный билет студент демонстрирует применение знаний к реальным профессиональным ситуациям, объясняет решение задачи на уровне анализа, синтеза и дает свою оценку решения проблемы. Причем студент не затрудняется с ответом при видоизменении задания и правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических заданий.	A	100-96	зачет	Повышенный уровень сформированности компетенций

<p>Дан полный, развернутый ответ на поставленный теоретический вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Умеет тесно увязывать теорию с практикой. Задание выполнено правильно и с обоснованием принятого решения. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.</p>	А	95-91	зачет	Базовый уровень сформированности компетенций
<p>Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Задание выполнено верно, правильно. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. В ответе допущены недочеты, исправленные студентом с помощью преподавателя.</p>	А	90-86	зачет	
<p>Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком в терминах науки. Студент владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Могут быть допущены недочеты или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.</p>	В	85-81	зачет	
<p>Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки. Студент владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Ответы на дополнительные вопросы логичны, изложены в терминах науки,</p>	С	80-76	зачет	

однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью "наводящих" вопросов преподавателя.				Пороговый уровень сформированности компетенций
Студент демонстрирует достаточные теоретические и практические знания. Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 1-2 ошибки в определении основных понятий или выполнении заданий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.	C	75-71	зачет	
Дан недостаточно полный и развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции. Студент испытывает затруднения при выполнении практических заданий и не может связать теорию с практикой.	D	70-66	зачет	
Дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, теорий, явлений, вследствие непонимания студентом их существенных и несущественных признаков и связей. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Испытывает затруднения при выполнении практических заданий. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	E	65-61	зачет	
Дан неполный ответ. Присутствует нелогичность изложения. Студент затрудняется с доказательностью. Масса существенных ошибок в определениях терминов, понятий, характеристике фактов, явлений. В ответе отсутствуют выводы. Речь неграмотна. При ответе на дополнительные вопросы студент начинает	E	60	зачет	

понимать связь между знаниями только после подсказки преподавателя				
Студент испытывает значительные трудности в ответе на зачетные вопросы. Присутствует масса существенных ошибок в определениях терминов, понятий, характеристике фактов, явлений экономической теории. Речь неграмотна. На дополнительные вопросы студент не отвечает. Задания не выполнены.	F	Менее 60	незачет	Компетенции не сформированы