

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова»

СОГЛАСОВАНО

Директор УТК
И.А. Бахтина

Рабочая программа дисциплины

Код и наименование дисциплины: ПМ.1.МДК.4 «Организация выставочной деятельности»

Код и наименование направления подготовки (специальности): 38.02.08

Торговое дело

Квалификация: Специалист торгового дела

Статус дисциплины: вариативная

Форма обучения: очная

Статус	Должность	И.О. Фамилия
Разработал	доцент заведующий кафедрой	Т.Н. Шмидт Ю.Ю. Наземцева
	Зав. кафедрой «МЭО»	Ю.Ю. Наземцева
Согласовал	руководитель образовательной программы	Е.В. Баранова

г. Барнаул

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции из УП	Содержание компетенции	В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
		знать	уметь	иметь практический опыт
ПК 1.2	Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> методы и инструменты работы с базами данных; <input type="checkbox"/> методы работы с первичными и вторичными источниками маркетинговой информации; <input type="checkbox"/> методы эффективных публичных выступлений и презентаций; <input type="checkbox"/> современные инструменты и способы подготовки электронных бизнес-презентаций; <input type="checkbox"/> инструменты эффективного осуществления продаж; <input type="checkbox"/> технологии организации эффективного участия в выставке; <input type="checkbox"/> тенденции развития отраслей экономики, имеющие отношение к организуемой торгово-промышленной выставке, и ключевых игроков этих отраслей; <input type="checkbox"/> методы разработки рекламных и информационных текстов; <input type="checkbox"/> основы документооборота, в т.ч. электронного документооборота; <input type="checkbox"/> перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> классифицировать потенциальных участников торгово-промышленной выставки по возможной заинтересованности в участии в торгово-промышленной выставке; <input type="checkbox"/> работать с деловыми электронными и интернет-справочниками; <input type="checkbox"/> определять источники информации о потенциальных участниках торгово-промышленных выставок; <input type="checkbox"/> работать в основных программах офисных программных пакетов, программных продуктах по управлению клиентскими базами, управлению организацией; <input type="checkbox"/> осуществлять первичные звонки для определения контактных лиц конкретной организации - потенциального участника торгово-промышленной выставки; <input type="checkbox"/> создавать мультимедиа-презентации с 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> поиска контактных данных новых потенциальных участников торгово-промышленных выставок и их внесения в клиентскую базу; <input type="checkbox"/> осуществления выборки по базе данных потенциальных участников для осуществления работы по привлечению участников торгово-промышленных выставок; <input type="checkbox"/> осуществления переговоров об участии в торгово-промышленной выставке; <input type="checkbox"/> составления информационных писем и приглашений к участию в торгово-промышленной выставке для различных групп потенциальных участников; <input type="checkbox"/> составление и проведения презентаций торгово-промышленной выставки для потенциальных участников с целью их привлечения к участию; <input type="checkbox"/> предоставления (потенциальным) участникам пакета информации о торгово-промышленной выставке в соответствии с их интересами и запросами;

Код компетенции из УП	Содержание компетенции	В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
		знать	уметь	иметь практический опыт
		<p>Интернет;</p> <p><input type="checkbox"/><input type="checkbox"/>особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа</p>	<p>помощью распространенных программных продуктов.</p>	<p><input type="checkbox"/><input type="checkbox"/>оформления необходимой заявочной документации для регистрации организации в качестве участника торгово-промышленной выставки, в том числе от каждого заявившегося участника;</p>
ПК 1.6	<p>Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий</p>	<p><input type="checkbox"/><input type="checkbox"/>основы выставочного менеджмента и менеджмента в сфере индустрии встреч;</p> <p><input type="checkbox"/><input type="checkbox"/>методы ведения переговоров, урегулирования споров, работы с возражениями;</p> <p><input type="checkbox"/><input type="checkbox"/>нормативные правовые акты в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения применительно к организации выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок (в стране проведения выставки);</p> <p><input type="checkbox"/><input type="checkbox"/>требования охраны труда при работе на выставочной площадке.</p>	<p>выставки и контролировать ход его выполнения;</p> <p><input type="checkbox"/><input type="checkbox"/>быстро принимать решения в случае отклонений от разработанного детального плана;</p> <p><input type="checkbox"/><input type="checkbox"/>определять количество и квалификацию необходимого дополнительного персонала для работы на площадке во время проведения торгово-промышленной выставки;</p> <p><input type="checkbox"/><input type="checkbox"/>распределять задачи для персонала и контролировать их выполнение;</p> <p><input type="checkbox"/><input type="checkbox"/>работать в специализированных программах в сфере бухгалтерии, финансов, управления организацией;</p> <p><input type="checkbox"/><input type="checkbox"/>вести переговоры по финансовым вопросам по обеспечению своевременной оплаты;</p> <p><input type="checkbox"/><input type="checkbox"/>осуществлять</p>	<p><input type="checkbox"/><input type="checkbox"/>инструктирования дополнительного персонала, работающего на торгово-промышленной выставке, о требованиях нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения;</p> <p><input type="checkbox"/><input type="checkbox"/>сопровождения контролирующих органов во время их визита на выставочную площадку для проверки выполнения требований нормативных правовых актов в целях своевременного предоставления необходимой информации и организации устранения выявленных нарушений;</p> <p><input type="checkbox"/><input type="checkbox"/>обеспечения своевременного оформления и предоставления участникам торгово-промышленной выставки документов на оплату их участия;</p> <p><input type="checkbox"/><input type="checkbox"/>контроля осуществления оплаты в соответствии с</p>

Код компетенции из УП	Содержание компетенции	В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
		знать	уметь	иметь практический опыт
			<p>коммуникации с помощью современных средств связи (видеоконференции, скайп, вебинары);</p> <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> разрабатывать и готовить информационные материалы методического характера.</p>	<p>условиями договора;</p> <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> согласования с руководством возможностей изменения условий оплаты по просьбе участника торгово-промышленной выставки;</p> <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> предоставления скидок и специальных условий в соответствии с политикой конкретной торгово-промышленной выставки и организации-профессионального организатора торгово-промышленных выставок в целом;</p> <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> изучения информационных материалов по эффективному участию в торгово-промышленной выставке или подготовка таких материалов;</p> <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> подготовки комплекта информационных материалов по эффективному участию в торгово-промышленной выставке для предоставления участникам торгово-промышленных выставок по их запросу;</p> <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> проведения консультаций по запросу участников торгово-промышленной выставки;</p> <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> формирования комплекта информационных материалов по эффективному участию в торгово-промышленной выставке для</p>

Код компетенции из УП	Содержание компетенции	В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
		знать	уметь	иметь практический опыт
				размещения на сайте торгово-промышленной выставки или выставочной организации для быстрого доступа участников торгово-промышленной выставки.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплины (практики), предшествующие изучению дисциплины, результаты освоения которых необходимы для освоения данной дисциплины.	Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы
Дисциплины (практики), для которых результаты освоения данной дисциплины будут необходимы, как входные знания, умения и владения для их изучения.	Технология интернет-маркетинга

3. Объем дисциплины в акад. часах

Общий объем дисциплины в час: 52

Форма промежуточной аттестации: Зачет

Форма обучения	Виды занятий, их трудоемкость (час.)								
	Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Уроки	В т.ч. в форме практической подготовки	Консультации	Семинары	Курсовое проектирование	Самостоятельная работа
очная	24	0	24	0	0	0	0	0	4

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

Форма обучения: очная

Семестр: 6

Лекционные занятия (24ч.)

1. История развития и общая характеристика выставочной деятельности в России. {лекция-пресс-конференция} (2ч.)[1,2,3] Кунсткамера Петра I как одна из первых выставок страны. Открытие первой публичной выставки в Санкт-Петербурге в 1829 году. Содержание «Высочайше Утвержденных Правил обустройства Выставки Российских мануфактурных изделий». Роль выставок в развитии промышленности и торговли России. Утверждение в 1916 году Государственным Советом «Положения о порядке устройства выставок и о заведовании ими». Обзор основных выставок дореволюционной России.

Нижегородская ярмарка. Строгий организационный и идеологический контроль государства на выставках советского периода. Обзор выставочной деятельности в СССР. Современная концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации. Концепция развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации.

2. Классификации выставок и ярмарок. {лекция-пресс-конференция} (2ч.)[1,2,3] Выставка: понятие и сущность. Классификация выставок как основа высокой эффективности выставочной работы. Принципы классификации. Концепция выставочной деятельности в России.

3. Особенности выставочного менеджмента. {лекция с разбором конкретных ситуаций} (2ч.)[3,4] Система управленческой деятельности выставочного менеджмента. Особенность менеджмента выставочной деятельности. Требования к менеджментной компетентности специалистов и работников выставочно-рекламной деятельности

4. Выставочная индустрия развитых стран. {лекция с разбором конкретных ситуаций} (2ч.)[3,4] Этапы развития выставочно-рекламной деятельности в мире. История развития выставочно-рекламной деятельности в России. Современное развитие выставочной деятельности

5. Понятие выставочных услуг. Понятие выставочного продукта и его свойства. {лекция с разбором конкретных ситуаций} (2ч.)[2,4] Понятие выставочных услуг. Понятие выставочного продукта. Базовые свойства выставочного продукта. Уровни выставочного продукта. Выставочный продукт в контексте маркетинг-микса. Разработка основного выставочного продукта. Дифференцирование выставочного продукта. Базовые характеристики выставочного продукта. Разработка ожидаемого выставочного продукта. Разработка дополненного выставочного продукта.

6. Выставка как инструмент маркетинговых исследований. {лекция-пресс-конференция} (2ч.)[2,4] Основные принципы маркетинга. Выставки среди инструментов маркетинга. Определение целей участия в выставке. Осмысление решения об участии на выставке. Выбор выставки

7. Преимущества торговых ярмарок/выставок по сравнению с другими средствами маркетинговых коммуникаций. {лекция с разбором конкретных ситуаций} (2ч.)[3,5] Планирование процесса. Формы участия в выставке. Выбор экспонатов и выставочной программы. Регистрация и оформление

участия в выставке. Значение выставочного стенда в организационном процессе. Выставочная стадия. Работа на стенде. Особенности работы на стенде. Последующая обработка данных

8. Место ярмарок/выставок в комплексе маркетинга: позиционирование организации-экспонента; изучение рыночных трендов, ценовой и покупательской политики; стимулирование продаж; исследование потребителей и конкурентов; поиск партнеров. {лекция с разбором конкретных ситуаций} (2ч.)[3,5] Выставка как особое коммуникативное пространство Основные коммуникативные средства на выставке. Коммуникация компаний-экспонентов и посетителей. Определение целевой аудитории выставки и разработка программы коммуникаций выставки с учетом запросов этой аудитории. Выбор каналов коммуникации (личные продажи, прямой маркетинг, стимулирование сбыта, PR технологии и т.п.). Управление процессом интегрированных маркетинговых коммуникаций. Оценка результатов коммуникации.

9. Оценка экономической эффективности участия в выставке. {лекция с разбором конкретных ситуаций} (4ч.)[4,8] Стоимость участия в выставке. Составление бюджета. Оценка требуемой площади стенда. Оценка рисков участия в выставках

10. Вопросы стратегического планирования в выставочной организации: этапы выбора алгоритма

оптимальной выставки {лекция с разбором конкретных ситуаций} (2ч.)[3] Этапы выбора алгоритма оптимальной выставки. Дополнительная информация для участия в выставке: «сетка» застройки павильона, список «околовыставочных» мероприятий (семинары, презентации, круглые столы), программа рекламной кампании выставки и список СМИ. Составляющие эффективности экспозиции. Принятие решения о ведении выставочной деятельности на стратегическом и тактическом уровне. Формирование бюджета участия в выставке.

11. Виды мероприятий параллельной программы выставки {лекция с разбором конкретных ситуаций} (2ч.)[4,6,8] Экономические и имиджевые цели участия организации в выставке.

Выставка как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Практические занятия (24ч.)

12. История развития и общая характеристика выставочной деятельности в России. {дискуссия} (2ч.)[1,2,3] План мероприятий по реализации Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации Основные определения выставочной деятельности. Понятия «выставка» и «ярмарка». Понятие выставочного продукта. Форма и содержание выставочно-ярмарочных мероприятий. Классификация выставок. Основные признаки классификации выставок: по географическому составу экспонентов, по тематическому (отраслевому) принципу, по значимости мероприятия для экономики, по территориальному расположению, по

времени функционирования. Роль Торгово-промышленной палаты Российской Федерации в координации выставочной деятельности.

13. Классификации выставок и ярмарок. {дискуссия} (2ч.)[1,2,3] Типы выставок, понятие выставочного продукта.

14. Планирование участия и методов достижения успеха в выставке. {анализ казусов} (2ч.)[3,4] Сущность и особенности выставочного планирования. Этапы планирования организационного процесса. Предвыставочная работа. Работа на выставке. Работа после выставки. Выбор места на выставке. Учёт запросов посетителей выставки. Определение значения выставки. Конкретизация целей участия в выставке. Сбор информации о проводимых выставках, представляющих интерес. Оценка клиентов-посетителей. Принятие решения по форме выставке. План сроков выполнения работ. Составление сметы расходов. Обязательные даты представления необходимых документов. Составление плана участия в выставке. Организационный процесс: подбор персонала, выбор экспонатов, типов выставочных стендов и их режима работы, транспортировка, страхование, реклама и т.д. Критерии успеха выставки и планирование методов их достижения. Характер потребления культурного продукта: элитарный, массовый. Разработка целей выставки. Изучение культурных и потребительских интересов.

15. Ресурсные аспекты организации, обеспечения и продвижения выставки. {метод кейсов} (2ч.)[3,4] Стоимость участия в выставке. Базовый ориентир стоимости участия. Бюджет и смета расходов выставки. Составление бюджета. Составление сметы. Затраты на обеспечение работы персонала в подготовительный период. Регистрационный взнос. Расходы по стендам. Плата за аренду. Расходы по экспозиции. Эксплуатационные расходы. Расходы по содержанию персонала. Рекламные расходы. Расходы по приему посетителей. Непредвиденные расходы. Особенности бухгалтерского и налогового учета у фирм, организующих выставки. Особенности бухгалтерского и налогового учета затрат у фирм, участвующих в выставках. Организация рекламы выставки. Сущность и содержание рекламной деятельности при организации выставки.

16. Специфика

подготовки и участия в работе

на зарубежной выставке. {метод кейсов} (2ч.)[2,4] Основные требования к подготовке и работе

на зарубежных выставках. Количество иностранных

участников и посетителей-специалистов на международных

ярмарках и выставках. Union of International Fairs – Союз

международных ярмарок (УФИ) – главная выставочная

организация мира. Межгосударственный совет по выставочноярмарочной деятельности СНГ. Экспофонд СНГ.

Международный союз выставок и ярмарок СНГ и стран Балтии.

Итоги российского участия в международных выставках и ярмарках за рубежом в 2000 – 2014 годах. Дипломатия

выставочного бизнеса. Специфика подготовки и работы на зарубежных выставках.

17. Выставка как социокультурное явление {анализ казусов} (2ч.)[2,4] Сущность и особенности выставочного планирования. Проектирование выставки. Авторские права выставочных экспонатов. Организация рекламы выставки. Особенности организации выставок различного уровня. Критерии успеха выставки и планирование методов их достижения. Особенности выставок произведений культуры и искусства. Значение выставок в деятельности учреждения культуры.

18. Подбор и обучение

персонала выставки. {метод кейсов} (4ч.)[2,5] Сущность понятия «подбор персонала». Администраторы, промоутеры, модели, стендисты. Этапы подбора персонала. Требования Трудового кодекса РФ по подбору и обучению персонала. Роль Трудового кодекса РФ как инструмента регулирования деятельности администрации по подбору и расстановке кадров. Подбор и обучение персонала в системе организации и регулирования выставочной деятельности. Методика отбора кандидатов. Выработка навыков по методике отбора кандидатов. Прогнозирование ситуаций в ходе подбора кандидатов и выработка навыков по их решению.

19. Административная работа в системе организации и проведения выставки. {анализ казусов} (4ч.)[4,6,7] Содержание и характеристика основных понятий административной работы и их учёт при проведении выставочной деятельности. Понятие «административная работа», «служебная и эксплуатационная документация». Задачи администрации и её роль в подготовке и проведении выставки. Размещение служебной и справочной информации. Регистрация участников. Организация и технологии ведения основных служебных и эксплуатационных документов на выставке. Формуляр выставки и журнал администратора. Подбор, обучение и допуск к работе специалистов, операторов, механиков и других служащих. Работа с системами управления и связи. Информация об адресах и телефонах экстренных служб. День открытия выставки. Специфика работы администрации выставки и администрации экспозиции при проведении дня открытия выставки. Входной контроль. Время работы выставки. Организация маршрутов движения посетителей. Обеспечение безопасности и охрана выставки. Требования федерального законодательства и подзаконных актов к системе пожарной безопасности на выставке и на экспозициях. Административный надзор и обеспечение пожарной безопасности. Процедура сбора и анализа статистических данных выставки.

20. Выставочное оборудование и организация экспозиции. {метод кейсов} (4ч.)[5,6,8] Сущность понятий «выставочное оборудование», «выставочная площадка». Классификация выставочного оборудования. Конструктивные

особенности выставочного оборудования. Мобильные и выставочные стенды. Эксклюзивные выставочные стенды. Планшетные и зонтичные стенды. Банеры. Светящиеся и вращающиеся элементы. Мобильные полы. Эспас. Дополнительное оборудование. Ресепшны. Буклетницы. Стойки. Многоэтажная выставочная конструкция. Световой короб. Стекланные витрины, Мебель. Формы конструкций и методика их монтажа. Проектирование и способы изготовления экспонатов и выставочного оборудования. Порядок установки и размещения выставочного оборудования. Меры безопасности при работе с выставочным оборудованием. Сущность понятия «экспозиция». Зависимость экспозиции от типа выставки. Особенности конкретной выставочной площадки и их учет в организации и проведении выставочной деятельности. Понятие «выставочное произведение». Отбор материалов для стендов и витрин. Монтаж и разборка выставки. Основные технологические условия при монтаже и разборке экспозиции. Подготовка каталогов. Содержательное и художественное оформление экспозиции.

Самостоятельная работа (4ч.)

21. Подготовка к сдаче зачёта по дисциплине {творческое задание} (4ч.)[3,7,8] Разработка своего проекта.

Приблизительный состав работ:

1. Концепция выставки, анонс для СМИ
2. Аннотация
3. Экететаж
4. Фирменный стиль, баннер. Афиша, пригласительные
5. План
6. Сценарий открытия
7. Реализация проекта

5. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для каждого обучающегося обеспечен индивидуальный неограниченный доступ к электронной информационно-образовательной среде АлтГТУ:

1. Калиева, О. М. Реклама в коммерческой деятельности : учебное пособие / О. М. Калиева, Е. П. Лухменева ; Оренбургский государственный университет. – Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2012. – 156 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=258821>. – Библиогр. в кн.

- Текст : электронный.

6. Перечень учебной литературы

6.1. Основная литература

2. Петелин, В. Г. Основы менеджмента выставочной деятельности : учебник / В. Г. Петелин. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 448 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684721>. – Библиогр. в кн. – ISBN 5-238-00935-6. – Текст : электронный.

3. Основы выставочно-ярмарочной деятельности : учебное пособие / Л. Е. Стровский, Е. Д. Фролова, Д. Л. Стровский [и др.] ; ред. Л. Е. Стровский. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 289 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684546>. – Библиогр. в кн. – ISBN 5-238-00821-X. – Текст : электронный.

6.2. Дополнительная литература

4. Баженов, Ю. К. Коммерческая деятельность : учебник / Ю. К. Баженов, А. Ю. Баженов ; под ред. Л. П. Дашкова. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 286 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696966>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05388-7. – Текст : электронный.

5. Гутникова, О. Н. Основы организации торговли : учебник / О. Н. Гутникова ; под ред. Л. П. Дашкова. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 256 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697001> (дата обращения: 06.06.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05360-3. – DOI 10.29030/978-5-394-05360-3-2023. – Текст : электронный.

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

6. Экономические исследования и разработки: научно-исследовательский журнал. Режим доступа: <http://edrj.ru/article/09-05-2018>

7. Via Future: Инновации. Стартапы. изобретения. Режим доступа: <https://viafuture.ru/katalog-idej/sovremennaya-vystavochnaya-deyatelnost>

8. Экспоцентр. Режим доступа: <https://www.expoctr.ru/ru/articles-of-exhibitions/vystavochnaya-deyatelnost/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Для успешного освоения дисциплины используются ресурсы электронной информационно-образовательной среды, образовательные интернет-порталы, глобальная компьютерная сеть Интернет. В процессе изучения дисциплины происходит интерактивное взаимодействие обучающегося с преподавателем через личный кабинет студента. Для изучения данной дисциплины профессиональные базы данных и информационно-справочные системы не требуются.

№пп	Используемое программное обеспечение
1	Яндекс.Браузер
2	Антивирус Kaspersky
3	LibreOffice
4	Linux

№пп	Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы
1	Бесплатная электронная библиотека онлайн "Единое окно к образовательным ресурсам" для студентов и преподавателей; каталог ссылок на образовательные интернет-ресурсы (http://Window.edu.ru)
2	Росстандарт (http://www.standard.gost.ru/wps/portal/)
3	Электронный фонд правовой и научно-технической документации - (http://docs.cntd.ru/document)

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

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа
учебные аудитории для проведения практических занятий
помещения для воспитательной, самостоятельной работы
учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций

Материально-техническое обеспечение и организация образовательного процесса по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Положением об обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья».

10. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины

Код компетенции из УП	Содержание компетенции	Формы и методы оценки
ПК 1.2	Устанавливать хозяйственные	Устный/письменный опрос.

Код компетенции из УП	Содержание компетенции	Формы и методы оценки
	<p>связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта</p>	<p>Тестирование. Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном. Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий по установленным критериям. Экспертная оценка контрольных / проверочных работ по установленным критериям. Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике. Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации, в т.ч. иностранных языках.</p>
ПК 1.6	<p>Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий</p>	<p>Устный/письменный опрос. Тестирование. Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном. Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий по установленным критериям. Экспертная оценка контрольных / проверочных работ по установленным критериям. Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике. Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации, в т.ч. иностранных языках.</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ А

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ И УКАЗАНИЯ

Лекции (в том числе уроки, проводимые в виде лекций) составляют основу теоретического обучения студентов. Они позволяют систематизировать знания студентам о наиболее сложных и актуальных проблемах изучаемой дисциплины. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению студентами изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию профессионально-значимых свойств и качеств. Для лучшего освоения учебной дисциплины перед каждой лекцией студент повторяет предыдущий лекционный материал и прорабатывает рассмотренные ранее вопросы с использованием рекомендованной преподавателем основной и дополнительной литературы.

Студенты должны аккуратно вести конспект. В случае непонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо так же выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель.

Практические занятия (семинары, уроки) – одна из основных форм организации учебного процесса, представляющая собой коллективное обсуждение студентами теоретических вопросов под руководством преподавателя.

Цель практических занятий (семинаров, уроков) заключается в закреплении лекционного материала по наиболее важным темам и вопросам курса, умений работы с учебной и научной литературой, справочниками и различными текстами.

Выполнение всех видов работы в соответствующие сроки позволит студентам в течение семестра вести подготовку к промежуточной аттестации. Промежуточная аттестация проводится в письменном виде в конце семестра.

Методические указания студентам по подготовке к практическим занятиям

Практические занятия (семинары, уроки) являются также формой контроля преподавателя за учебным процессом в группе, успеваемостью и отношением к учебе каждого студента.

На практических занятиях (семинарах, уроках) желательны дискуссии, коллективные обсуждения возникших проблем и путей их разрешения.

Студенты работают над моделированием отдельных содержательных блоков курса, принимают участие в контрольных работах, тестированиях, устных опросах.

Подготовка к практическим занятиям (семинарам, урокам) включает в себя следующее:

- обязательно ознакомиться с планом практического занятия (семинара, урока), в котором содержатся основные вопросы, выносимые на обсуждение, формулируются цели занятия, даются краткие методические указания по подготовке каждого вопроса;
- изучить конспекты лекций, соответствующие разделы учебников, учебных пособий, рекомендованных преподавателем;
- необходимо выучить соответствующие термины;
- нужно изучить дополнительную литературу по теме занятия, делая при этом необходимые выписки, которые понадобятся при обсуждении и выполнении заданий на практических занятиях (семинарах, уроках);
- следует записывать возникшие во время самостоятельной работы с учебниками и научной литературой вопросы, чтобы затем на практических занятиях (семинарах, уроках) получить на них ответы;
- следует обращаться за консультацией к преподавателю.

Активное участие студентов в практической работе способствует более глубокому изучению содержания изучаемой дисциплины и формированию основ профессионального мышления.

Подготовка к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация является приемом проверки степени усвоения учебного материала и лекционных занятий, качества усвоения обучающимися отдельных разделов, сформированных умений и навыков.

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;

внимательно прочитать рекомендованную литературу, изучить конспекты по занятиям;

составить краткие конспекты ответов (планы ответов).