

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Специальность: 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность

Дисциплина: ОП.07 Основы управления выставкой

1. Перечень компетенций образовательной программы, формирующихся в процессе освоения дисциплины

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине у обучающихся оцениваются компетенции, формирующиеся в процессе освоения образовательной программы (таблица 1).

Таблица 1 – Перечень компетенций образовательной программы, формирующихся в процессе освоения дисциплины

ФГОС*
Обучающийся должен обладать следующими компетенциями:
<i>ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.</i>
<i>ПК 1.1. Формировать базы данных участников торгово-промышленных выставок, а также мероприятий деловой и дополнительной программы выставок</i>

**Примечание:* Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность

2. Описание шкал оценивания.

Показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования определены в соответствии с основной профессиональной образовательной программой.

В таблице 2 приводится шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования с указанием критериев их оценивания. Во втором столбце таблицы приводится шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования в соответствии с обозначенным критерием.

Таблица 2 – Критерии и шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования.

Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине, способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что позволит ему в дальнейшем развить такие качества умственной деятельности, как глубина, гибкость, критичность, доказательность, эвристичность.	Пороговый (обязательный)

Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент обладает необходимой системой теоретических знаний, владеет некоторыми умениями анализа и решения типовых практических задач, что позволит ему в дальнейшем развить практические умения в данном направлении профессиональной деятельности.	
Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент продемонстрировал глубокие прочные знания и развитые практические умения и навыки, может сравнивать, оценивать и выбирать методы решения практических задач, работать целенаправленно, используя связанные между собой формы представления информации.	Повышенный
Достигнутый уровень оценки результатов обучения свидетельствует о том, что студент способен обобщать и оценивать информацию, полученную на основе исследования нестандартной ситуации; использовать сведения из различных источников, успешно соотнося их с предложенной ситуацией. Достигнутый уровень оценки результатов обучения свидетельствует о том, что у студента сформированы системные знания в соответствующей области знаний, необходимые для решения конкретных практических задач высокого уровня сложности; практические умения и навыки анализа и интерпретации информации, а также использования полученных сведений для принятия решений.	Продвинутый

3. Оценочные средства для проведения текущего контроля освоения дисциплины

3.1. Примерный комплекс разноуровневых заданий (на основе практической ситуации):

Задание 1. Посетите выставку (МИТТ, Отдых, ПИР-Ехро), проанализируйте деятельность экспонентов и дайте рекомендации по заданным позициям. Оформите результаты.

А. Характеристика выставки:

- ☐ Название выставки
- ☐ Классификация выставки
- ☐ Организатор выставки
- ☐ Цель выставки
- ☐ Тематика (заявленная, соответствие ей)
- ☐ Целевая аудитория(аудитории)
- ☐ Количество участников
- ☐ Количество экспонентов
- ☐ Количество заочных участников
- ☐ Структурируйте количество участников (любое число позиций, обозначьте приблизительное долевое соотношение)
- ☐ Оцените деловую программу выставки (типы и цели мероприятий)
- ☐ Отметьте предлагаемые выставкой дополнительные возможности рекламы и продвижения (помимо организации работы на стенде)
- ☐ Перечислите и структурируйте партнеров

В. Организация выставочного пространства:

- ☐ план экспозиции
- ☐ виды стендов
- ☐ композиционные и дизайнерские решения
- ☐ навигационная прозрачность

С. Проведите сравнительный анализ трех экспонентов выставки, представляющих разные сегменты рынка. Используйте метод наблюдения.

Название компании			
Целевая аудитория / сегмент рынка			
Площадь стенда			
Местоположение и тип стенда			
Вероятностные цели участия			
Содержательные акценты (предмет/информация/ среда)			
Особенности оформления стенда			
Зонирование стенда			
Количество стендистов и их функции			
Реализация информационной функции			
Использование дополнительных возможностей продвижения			

Д. Детально проанализируйте деятельность двух экспонентов. Дайте свои рекомендации по анализируемым позициям компания/организация.

Площадь стенда	Настоящее положение	Рекомендации
Местоположение и тип стенда		
Содержательные акценты (предмет/информация/ среда)		
Особенности оформления стенда		
Зонирование стенда		
Количество стендистов и их функции		
Реализация информационной функции		
Использование дополнительных возможностей продвижения		

Е. Детально проанализируйте не менее трех стендов, представленных на выставке. Какие нестандартные (креативные) решения использовали участники выставки. Проанализируйте «неудачные» решения участников выставки. Разработайте рекомендации и обоснования. Составить таблицу к каждому стенду.

	Настоящее положение	Рекомендации
Целевая аудитория / сегмент рынка		
Площадь стенда		
Местоположение и тип стенда		
Вероятностные цели участия		
Содержательные акценты (предмет/информация/ среда)		
Особенности оформления стенда: Креативные/Нестандартные решения		
Особенности оформления стенда: «Неудачные» решения		

Задание 2. Процесс участия предприятия в работе выставки

Ваша организация приняла решение участвовать в выставке. Проанализируйте и проведите работу в соответствии с нижеперечисленными пунктами:

1. Характеристика выставки – название выставки
2. Классификация выставки
3. Цель выставки
4. Тематические разделы выставки
5. Характеристика компании и ее особенности
6. Анализ конкурентоспособности компании на выставке (SWOT-анализ)
7. Критерии выбора выставки
8. Цели и задачи участия компании в выставке (не менее 3-х целей и 5 задач к каждой цели)
9. Характеристика целевой аудитории
10. Описание товара/услуги

Задание № 3: Анализ продвижения товара и услуги на выставке (выездное занятие)

Проанализируйте и проведите работу в соответствии с нижеперечисленными пунктами:

1. Выставка № 1, где представлены товары. Провести сравнительный анализ двух компаний по одному направлению по следующим критериям

Название компании		
Характеристика компании		
Описать товар и его особенности. В чем уникальность		
Описать целевую аудиторию		
Описать вид стенда, функциональные зоны, цветовые и дизайнерские решения		
Оценить работу стендистов. Все ли правила соблюдены		
Способы представления товара на стенде		
Способы привлечения внимания на стенд.		
Характеристика PR мероприятий		

Характеристика рекламных материалов (предоставить образцы)		
Нестандартные, креативные решения Ваши рекомендации и мнения		

2. Выставка № 2, где представлены услуги. Провести сравнительный анализ двух компаний по одному направлению по следующим критериям

Название компании		
Характеристика компании		
Описать услугу и ее особенности. В чем уникальность		
Описать целевую аудиторию		
Описать вид стенда, функциональные зоны, цветовые и дизайнерские решения		
Оценить работу стендистов. Все ли правила соблюдены		
Способы представления услуги на стенде		
Способы привлечения внимания на стенд. Характеристика PR мероприятий		
Характеристика рекламных материалов (предоставить образцы)		
Нестандартные, креативные решения		
Ваши рекомендации и мнения		

Задание № 4: Разработать тематико-экспозиционный план проектируемой выставки в соответствии с предлагаемой структурой.

Название учреждения _____

Название темы выставочной экспозиции _____

Фамилия, имя, отчество разработчика(ов) _____ тематико-экспозиционного плана _____

Структура тематико-экспозиционного плана:

№ п/п	Наименование разделов, тем и подтем	Экспонаты, раскрывающие тему	Ведущие тексты, аннотации	Научно вспомогательные материалы	Примечания

Задание № 5: Проектирование тематической выставки в рамках ежегодной международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы развития современной сферы гостеприимства», которая организуется кафедрой социально-культурного сервиса.

Этапы проектирования и создания выставочной экспозиции:

1. Выбор темы выставочной экспозиции. Традиционно выставка приурочивается к юбилейным событиям в истории Тверского государственного университета (2015 г. – празднование 145-летия Школы им. П.П. Максимовича; 2016 г. – 200-летие П.П. Максимовича; 2017 г. – 100-летие Тверского учительского института). Тематика согласовывается с оргкомитетом конференции.

2. Создание рабочей группы, распределение обязанностей.
3. Разработка концепции выставки:
 - ☐ обоснование актуальности темы выставки,
 - ☐ цели, задачи выставочного проекта,
 - ☐ краткая характеристика выставочных экспонатов (видовая принадлежность, информативность, уникальность),
 - ☐ методы построения выставочной экспозиции
 - ☐ краткая характеристика этапов работы над выставкой
 - ☐ краткая структура выставки (по тематическим комплексам).
4. Художественное проектирование и оформление выставки.
5. Тематико-экспозиционный план.
6. Разработка рекламных материалов выставки.
7. Подготовка презентации выставки.

Задание № 6: Разработать рекламный буклет проектируемой выставки

Задание № 7: Составить карту с критериями отбора экспонатов на выставку «Рождественский сувенир».

Критерии отбора экспонатов на выставку:	Кол-во баллов:
соответствие экспонатов тематике выставки	
степень использования ручного труда	
креативность/необычность	
эстетичность	
(предложить самостоятельно дополнительные критерии)	

3-бальная шкала: 0 – критерий не представлен, 1 – критерий представлен частично, 2 – критерий представлен на достаточном уровне, 3 – критерий представлен полностью.

4. Задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, практического опыта, характеризующих формирование компетенций в процессе освоения образовательной программы и дисциплины, в ходе промежуточной аттестации

4.1. Примерные вопросы к экзамену:

1. Задачи, проблемы и тенденции развития выставочного бизнеса. Роль конгрессно-выставочных мероприятий в обеспечении конкурентоспособности организаций.
2. Алгоритм процесса выбора формы, масштаба и тематики конгрессно-выставочного мероприятия. Цели участия и посещения, типы посетителей.
3. Этапы разработки бизнес-плана конгрессно-выставочного мероприятия и их особенности.
4. Задачи и технология подготовки конгрессно-выставочного мероприятия: концепция, проектирование, взаимодействие.
5. Тематический план как основа планировки и художественного проектирования конгрессно-выставочного мероприятия. Особенности художественного проектирования и оформления мероприятия.
6. Особенности строительно-монтажных работ при организации конгрессно-выставочного мероприятия. Перечень стендовых услуг.
7. Перечень организационных и технических задач при организации конгрессно-выставочного мероприятия. Преимущества и недостатки подготовки выставочного мероприятия собственными силами и обращения к услугам компании-аутсорсера.
8. Особенности отбора и инструктажа персонала. Профессиональные и личностные характеристики персонала.
9. Особенности рекламных и PR технологий при подготовке и во время проведения конгрессно-выставочного мероприятия.

10. Смета расходов конгрессно-выставочного мероприятия.
11. Организация работы выставочно-конгрессного мероприятия. Регистрация и оформление участия в мероприятии. Работа с участниками, посетителями, представителями СМИ.
12. Особенности работы коммерческого и справочно-информационного центра.
13. Деловая, культурная программа, смотры-конкурсы мероприятия. Особенности проведения деловых встреч и организации переговоров во время конгрессно-выставочного мероприятия.
14. Специфика разбора претензий. Способы разрешения технических и организационных проблем, проблем информационной безопасности.
15. Организация и проведение маркетинговых исследований на конгрессно-выставочном мероприятии.
16. Поствыставочная стадия. Роль «тайм-менеджмента» в подготовке и проведении конгрессно-выставочного мероприятия. Послевыставочные технические мероприятия. Работа с клиентами, партнерами, СМИ после конгрессно-выставочного мероприятия.
17. Формы отчетности. Методы анализа результатов организации и проведения конгрессно-выставочного мероприятия. Причины неудачной организации конгрессно-выставочного мероприятия.

4.2. Примерные вопросы тестовых заданий

Блокнот штатного расписания ярмарки/выставки получают:

все сотрудники фирмы, отправляющиеся на ярмарку/выставку

Бюджет выставки/ярмарки составляется для того, чтобы наглядно представить чему равны:
расходы и доходы

В работе любой выставки/ярмарки принимает участие большое число разных субъектов, среди которых экспонентами можно называть только:

участников торговой выставки/ярмарки, представляющих товар

В рамках маркетинга торговые ярмарки/выставки органически включаются в сферу непосредственной коммуникации, где они сами и их составляющие выполняют роль:

средство, передатчик информации, «пусковая установка» коммерческих сообщений, звено для коммуникаций

В смете расходов по участию в ярмарке/выставке к расходам по содержанию персонала относятся:

выплаты суточных, расходы по обучению персонала, оплата за проживание персонала в гостинице

В смете расходов по участию в ярмарке/выставке к расходам по стенду относятся:

монтаж стенда, его изготовление, аренда стенда

В смете расходов по участию в ярмарке/выставке к рекламным расходам относятся:

расходы по подготовке пропусков для посетителей, рекламных сувениров, аудио-визуальных материалов и видеофильмов

В смете расходов по участию в ярмарке/выставке к эксплуатационным расходам относятся:

расходы по аренде автотранспорта, охране, уборке на стенде и телефонной связи

Видами оптовых ярмарок являются:

ярмарки по закупке-продаже товаров народного потребления и производственно-технического назначения

Внешняя конъюнктура (применительно к участию в ярмарках/выставках) это:
поведение конкурентов, политико-экономическая ситуация, престижность, значимость и посещаемость ярмарки/выставки

Внутренняя конъюнктура предприятия (применительно к участию в торговых ярмарках/выставках) это:
соответствующий уровень качества и достаточный запас продукции, возможности по организации участия, обеспечения выставочной площади (стенда)

Выберете наиболее точное и емкое определение синхронизации времени проведения выставок/ярмарки
Согласование времени проведения ярмарки/выставки с другими мероприятиями, влияющими на число посетителей: праздниками, событиями, сезонными распродажами, а так же тенденциями покупательского поведения, маркетинговыми планами компании-экспонента

Высказывания: «Выставка нового типа не просто демонстрация выдающихся технических достижений. Здесь показываются не продукты, а процессы, не результаты, а история их возникновения и развития», определяет тип современной _____ выставки.
всемирной

Выставочная/ярмарочная деятельность позволяет решить следующие задачи существующего маркетингового плана
увеличить объем продаж существующих и новых товаров на существующих рынках и предложить существующие и новые товары на новых рынках

Выставочный стенд (в плане участия в ярмарке/выставке) всегда выполняет функции:
торгового агента, «передатчика» пропаганды и рекламы, арены конкурентного противоборства, платформы для совершенствования имиджа предприятия, источника получения информации

График подготовки к выставке/ярмарке включает:
перечень всех мероприятий по подготовке с указанием времени проведения

Группы посетителей, которых предприятие желает привлечь посредством своего участия, зависят от:
целей экспонента, вида ярмарки/выставки, места ее проведения, радиуса действия ярмарки/выставки, периода ее проведения

Демонстрация продуктов питания на архитектурно-сложных конструкциях из стекла и бетона будет способствовать:
сокращению посещаемости стенда

Денежные затраты на проведение одной торговой сделки в рамках выставки/ярмарки равны 100 д.е., коэффициент ценности этой выставки равен 10, поэтому денежные затраты на проведение одной сделки в обычном режиме равны:
1000 д.е

Деятельность компании, направленная на определение типа ярмарки/выставки, числа ее посетителей, места проведения, — это:
стратегия выставочного менеджмента

Доказано, что 60-70% посетителей отраслевых выставок/ярмарок являются постоянными, поэтому экспонентам нужно стремиться:

закрепить за своим стендом постоянное место

Документ, подробно определяющий все критические даты, когда должно происходить каждое действие в период подготовки и проведения ярмарки/выставки — это:

регламент

Единый комплекс площади (кв. м), которую устроитель ярмарки или выставки предоставляет в аренду заинтересованному участнику, а также элементы конструкции (оформления), с помощью которых последний достигает осуществления своего участия в этом мероприятии, называется:

стендом

Если на стенде одновременно работает 5 ассистентов по 8 часов ежедневно в течение 5 дней, осуществляя примерно по 8 деловых контактов в час каждый, то за все время выставки со стендом могут познакомиться:

1600 посетителей

Если стенд 1 площадью 20 кв.м расположен по соседству со стендами в 150 или 200 кв.м, то ...
поток посетителей к стенду 1 значительно снизится

Если экспонатами являются только товары первой необходимости, они демонстрируются на:
выставке товаров широкого потребления

Если экспоненту не удалось обеспечить себе подходящее место на выставке/ярмарке, то это может стать серьезной причиной для ...

отказа от участия в выставке/ярмарке

За своевременность и правильность монтажа стенда несет ответственность
экспонент

Заполненная записная книжка по планированию ярмарки/выставки решает следующие задачи:
помогает отчитаться после ее проведения, дает возможность собрать весь материал по ярмарке/выставке в одном месте, служит вспомогательным материалом для подготовки следующих ярмарок/выставок

Значительным ростом своей популярности отраслевые ярмарки обязаны следующим факторам:
развитию технологии, увеличению количества новинок, растущей роли услуг в повседневной жизни, либерализации экономики

Интернет широко используется на современном этапе развития ярмарок/выставок для:
привлечения посетителей

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

динамичность выставки/ярмарки

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

выбором ярмарки/выставки

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

региональные и местные

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

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

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

синхронизацию времени проведения выставки/ярмарки

К расходам по экспонатам относятся:

монтаж, таможенная очистка, подготовка экспонатов

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

подготовка, осуществление и поддержание продаж

Количество посетителей Всемирной выставки в Ганновере «ЭКСПО-2000» составило **40 млн. человек**

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

ярмарочным комитетом

Косвенными выставочными/ярмарочными торговыми сделками принято считать те, которые: **заканчиваются в ходе мероприятий, но их подготовка начинается и ведется задолго до того**

Коэффициент ценности выставки/ярмарки для компании равен 5. Это означает, что ... **денежные затраты на проведение одной торговой сделки в рамках выставки/ярмарки в 5 раз меньше, чем аналогичные затраты на одну сделку в обычном режиме**

Кратковременное, периодическое и проводимое в одном и том же месте мероприятие, дающее представительную картину предложения товаров/услуг одной или нескольких отраслей, — это: **торгово-промышленная выставка**

Крупнейшими выставочными центрами в России являются:

КВЦ Сокольники (Москва), ВВц и Нижегородская ярмарка

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

материалами по ярмарке/выставке

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

посетителем

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

узконациональный, широконациональный, европейский, международный

Масштаб предложения и неограниченный круг посетителей присущи:

торгово-промышленным выставкам

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

«трехмерная торговля»

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

рекламное сообщение

Минимальное число сотрудников стенда на ярмарке/выставке

2 человека

На взаимодействие с какими субъектами ярмарки/выставки направлена рекламная кампания?

с посетителями

На выставке/ярмарке, согласно регламенту, могут демонстрироваться разные товары, которые называются:

экспонатами

На стадии квалификации между экспонентами и посетителями идет активная беседа по вопросам, основными среди которых являются:

платежеспособность посетителя, его торговые намерения, готовность к сделке и др

На стадии послевыставочного соглашения между экспонентом и посетителем происходит общение, предметом которого является:

различные аспекты заключения торговой сделки

На торговых выставках/ярмарках цены на товары устанавливают:

экспоненты

Назовите мероприятие, имеющее наибольший бюджет:

торговые ярмарки/выставки

Назовите основные стадии ярмарки/выставки:

подготовительная стадия, стадия проведения, послаярмарочная/послевыставочная стадия

Назовите социально-экономические факторы, определяющие стратегию и тактику рекламной кампании:

тип ярмарки/выставки, категория товара и особые цели экспонента

Наибольший расцвет универсальных ярмарок/выставок приходится:

на 1920-1930 гг

Направление работы ярмарок/выставок служит основным критерием для отнесения их к типу

информационно-ознакомительных

Направления деятельности, входящие в структуру комплекса маркетинга, располагающие преимуществами непосредственной коммуникации и живого контактами с интересующими товарами и услугами, — это:

торговые ярмарки/выставки

Направленное по почте приглашение на ярмарку/выставку должно попасть в руки приглашаемому за:

3 недели — 3 месяца до ее начала

Необходимая информация для участников ярмарки/выставки содержится в:

специальных бюллетенях

Неоднократное повторное использование стенда, несмотря на определенные расходы по хранению, отделке или внесению незначительных изменений, приводит к существенному снижению стоимости изготовления стенда. Условием для этого является ...

постоянное участие в ярмарках и выставках и относительная стабильность размеров стенда

Обеспечение участников ярмарочной торговли арбитражем при ярмарочной комиссии (дирекции) относится к:

правовому обслуживанию ярмарки

Определите, что входит в основные обязанности персонала стенда:

организация и осуществление участия в ярмарке/выставке

Орган, следящий за ведением бухгалтерской, оперативной, статистической отчетности, заключающий договоры, назначающий и увольняющий работников ярмарки, называется:

дирекцией ярмарки

Орган, создаваемый ярмарочным комитетом (дирекцией) на ярмарке, в задачи которого входит оценка существующей ситуации (конъюнктуры) и разработка прогноза развития рынка (спроса) по каждому виду товара, называется группой

маркетинга

Освоении нового и трудного зарубежного рынка предполагает:

презентацию предприятия и его продукции, сбор информации по рынку, контакты со значительными покупателями, поиски представителя/партнера

Основные требования, которым должны удовлетворять цели участия экспонента в ярмарке/выставке, — ...

измеримость, достижимость, реалистичность, эффективность, наличие временных рамок

Основными слагаемыми успеха на ярмарке/выставке являются:

планирование, привлечение посетителей, персонал и получение результатов

Особенностями Всероссийских выставок XIX — начала XX вв. являлись:

бесплатное участие, показ только Российских товаров

Особые причины участия в ярмарке/выставке, связанные с выпускаемой продукцией, — это:

проверка приемлемости конкретного товара, презентация новых товаров и расширение ассортимента предлагаемых товаров

Особые причины участия в ярмарке/выставке, связанные с коммуникациями:

повышение популярности предприятия, активизация рекламной компании, контакты со

средствами массовой информации, проработка развивающихся контактов, освоение рыночной информации

Отношение общих расходов по участию в ярмарке/выставке к количеству продаж — это: стоимость одной продажи

Отношение общих расходов по участию в ярмарке/выставке к количеству собранных анкет — это: стоимость одного установленного контакта

Оценка ценности торговой выставки/ярмарки позволяет: сравнить расходы на продажу в результате контакта на выставке/ярмарке с расходами на реализацию обычного торгового предложения

Первая Всероссийская выставка проводилась в: Санкт-Петербурге

Первая Всероссийская выставка состоялась в: 1829 г

Первая политехническая выставка в России проводилась в: Москве

Первое здание (комплекс зданий) в России (Москва), выстроенное специально для выставки, — это: Политехнический музей

Периодические мероприятия (реже постоянно действующие), проводимые с участием сотрудников посреднических организаций торговли, производителей, для совершения закупок и продажи — это: оптовые ярмарки

Персональные контакты, телемаркетинг, прямую почтовую рассылку, приглашение по факсу, приглашение по электронной почте, помещение информации в Интернете, публикации в литературе — это: способы привлечения потенциальных клиентов

Печатное издание, содержащее информацию об открытии экспозиции ярмарки/выставки это: афиша выставки/ярмарки

Письмо, направляемое будущим экспонентом в адрес ярмарочного/выставочного комитета, называется: заявкой на участие

План ярмарки/выставки включает: определение цели, анализ до открытия ярмарки/выставки, планирование бюджета, определение целевой аудитории, выбор экспонентов

Планирование организации ярмарки/выставки наиболее целесообразно начинать за _____ до ее начала.
12 месяцев

По виду предложений ярмарки/выставки делятся на:

универсальные, многоотраслевые, отраслевые, выставки потребительских товаров

По данным Бюро торговых выставок США, затраты на заключение одной сделки по «протопанной дорожке» (после окончания ярмарки/выставки с покупателем, побывавшем на вашем стенде), по сравнению с затратами на заключение сделки с незнакомым покупателем, ... **на 70% ниже**

По месту проведения ярмарки/выставки бывают:
местные, региональные, зональные, национальные, международные

По направлениям работы выделяют следующие типы ярмарок/выставок:
по осуществлению продаж/заказов, информационные/ознакомительные, проводимые в целях развития коммуникации/контактов

По частоте проведения ярмарки/выставки бывают:
сезонные, ежегодные, периодические

Получать и изучать информацию о конкурентах нужно для того, чтобы ...
оптимизировать процесс своего участия в выставке/ярмарке

Получать информацию о деятельности конкурентов по выставке/ярмарке можно
посещая их стенд и анализируя увиденное

Помещение, разделенное на пронумерованные стенды, проектировка которого (проходы, выходы, освещение, вентиляция, противопожарная безопасность и т.д.) обеспечивает нормальную деятельность и безопасность служебного персонала, экспонентов и посетителей, называется:
выставочным залом

Посетители из «лагеря» конкурентов, чьи интересы исчерпываются сбором информации по ценам, условиям и т.д. Их называют:
«шпионами»

Посетители, которые своевременно планируют, кого им посетить, перемещаются по территории ярмарки/выставки со своим "распорядком дня" в руках; это профессионалы, они обычно бывают холодны в общении и требуют строго профессионального подхода. Их называют ...
рационалистами

Посетители, страдающие отсутствием самоуверенности и толпящиеся на стендах, собирающих много посетителей. Они терпеливы, когда нужно подождать, но в то же время и требовательны. Им необходимо время, чтобы выразить свои намерения, и в их поведении часто сквозит недоверие. Их называют:
неуверенными в себе

Посещение экспозиции стенда обеспечивается:
фирмой-экспонентом

После окончания ярмарки/выставки начинаются(-ется):
встречи с клиентами по установленным контактам и исполнение сделанных заказов

Правила коммуникации на выставке/ярмарке обуславливают взаимоотношения между
персоналом выставки/ярмарки и посетителями

Правила, выполнение которых обеспечивает эффективность торговой выставки/ярмарки, называются:

основными законами торговых выставок/ярмарок

Предметом торговли на выставке/ярмарке могут быть любые экспонаты, кроме **тех, которые запрещены законом**

Преобразованные в соответствии с техническими требованиями внутренние и внешние площади, которые используются для организации торговых ярмарок или выставок, а также и других родственных мероприятий, называются:

территорией ярмарки/выставки

Приглашения, организованные потенциальным участникам торговой ярмарки/выставки ярмарочным комитетом, с предложением принять участие в ярмарке/выставке, называются:

информационными письмами

Примерный перечень предприятий и организаций-участников, объем, ассортимент предполагаемой для продажи продукции, количество и структурный состав обслуживающих ярмарку работников, планировка площадей, необходимых для расположения соответствующих служб, экспозиции, определяется за _____ до открытия.

несколько месяцев

Причины участия в ярмарке/выставке, связанные со сбытом:

развитие-расширение распределительных сетей, контроль их эффективности, поиски представителя, изучение распределительных сетей конкурентов

Продолжительность Всемирной выставки в Ганновере «ЭКСПО-2000» составила **153 дня**

Прямой выставочной/ярмарочной торговой сделкой принято считать ту, которая: **заключается на торговой выставке/ярмарке**

Различают следующие типы ярмарок/выставок:

регулярно проводимые, временные, постоянные

Разработка политики предприятия, определяющей его отношение к участию в ярмарках/выставках, включает в себя следующие действия:

точное определение целей, составление программы действия, формирование методики осуществления поставленных задач, выработку подлежащей выполнению процедуры

Рациональная схема общения продавца с посетителем на торговой ярмарке/выставке, позволяющая извлечь максимальную пользу и включающая следующие стадии: "завлечения", квалификации, объяснения и знакомства, послевыставочного соглашения — есть:

концепция продажи

Рациональная схема общения экспонента и посетителя торговой выставки/ярмарки, как правило, состоит из:

четырёх стадий

Регистрация в официальном каталоге ярмарки/выставки, публикация в отраслевых периодических изданиях, различные инициативы по осуществлению непосредственных контактов, прямая почтовая реклама являются:

средствами передачи информации о выставке/ярмарке

Результаты социальных исследований показывают, что в период работы ярмарок/выставок товаров широкого потребления готов заключить коммерческое соглашение один из пяти посетителей

Решение потенциальных клиентов относительно посещения ярмарки/выставки — ... позиция потребителей

С точки зрения интереса посетителей, то есть спроса, ярмарки/выставки можно подразделить на:

товаров широкого потребления, технологии, инвестиции

Самой крупной ярмаркой в России в XIX — начале XX вв. являлась:

Нижегородская

Самостоятельным экспонентом выставки/ярмарки называется любой участник у которого есть свой стенд

Самую достоверную и полную информацию о выставках/ярмарках можно получить: от организаций статистического контроля

Следует избегать размещения стенда

фасадом в противоположенную сторону от места, где происходят различные мероприятия

Совокупность лиц, наделенных основными и вспомогательными функциями, на которых лежит ответственность по организации и осуществлению участия в ярмарке/выставке называется: персонал стенда

Совокупность мероприятий, связанных с использованием побудительных средств и поощрительных акций, направленных на проведение покупки, — это: стимулирование сбыта

Совокупность предметов, специально выставленная для осмотра, покупки, — это: экспозиция

Совокупность процедур, цель которых заключается в проверке нового товара в условиях, приближенных к рыночным, включая определение размеров рынка, реакции потребителей и дилеров, называется:

тестированием товаров в рыночных условиях

Современная торговая выставка — это совершение торговых сделок ... по образцам

Специальные или арендованные места, которые юридическое или физическое лицо, должно предварительно заказать и оплатить, называются:

помещениями торговых ярмарок/выставок

Специфики экспонатов, стратегию позиционирования, характерные особенности самой выставки/ярмарки необходимо учитывать при:

проектировании конструкции стенда

Способ привлечения посетителей на ярмарку/выставку, предполагающий, что составляется

список существующих потенциальных клиентов, которым отправляется по несколько почтовых сообщений через определенные интервалы времени, называется:

прямая почтовая рассылка

Способ привлечения потенциальных клиентов, предлагающий использовать персональное приглашение с вескими доводами относительно того, почему им надо посетить данный выставочный стенд, называется:

персональными контактами

Стадия общения продавца с посетителем торговой ярмарки/выставки, задача которой является заключение сделки, называется стадией

послевыставочного соглашения

Стадия общения продавца с посетителем, имеющая цель обратить внимание посетителя, используя различные приемы, называется стадией

«завлечения»

Стадия объяснения и знакомства продавца-экспонента с посетителем торговой выставки имеет своей целью

объяснение достоинств экспонируемого товара, его потребительских качеств и пользы для потребителей

Стратегия позиционирования в выставочном маркетинге — это умение ...

выделять экспонаты в зависимости от их положения

Сценарий проведения ярмарки/выставки зависит от ряда факторов, самым важным среди которых является:

особые цели экспонента

Такие действия, как определение типа выставки/ярмарки, категории экспонатов, изучение уровня сервиса, регламента выставки/ярмарки и др. необходимо осуществлять на этапе:

подготовки ярмарки/выставки

Товары и другие материальные ценности, нуждающиеся в повторном перемещении в другие районы с активным спросом на них, — это:

предметы торговли на ярмарке/выставке

Только в США существует:

более 10000 ярмарок/выставок в которых принимает участие 50000 компаний

Торгово-промышленные ярмарки/выставки подразделяются по следующим признакам:

по направлению работы, виду предложения, месту проведения и частоте

Традиция проведения ярмарок/выставок зародилась:

на Ближнем Востоке

Транспортировка — это доставка на ярмарку/выставку ...

экспонатов

Умение выставочного персонала читать язык жестов посетителя, проходящего мимо экспозиции, с целью выбора момента и стиля обращения к нему называется:

прочтением потенциального клиента

Управление выставочной деятельностью, направленное на достижение тактических и стратегических целей деятельности компаний, используя труд, интеллект, мотивы поведения людей и другие ресурсы, — это:

выставочный менеджмент

Участие в международной отраслевой ярмарке/выставке зависит и от того насколько производимая предприятием продукция отвечает стандартам, принятым у групп посетителей, которым адресовано участие применительно к:

уровню технологии, качества, внешнего вида, цены

Участия в зарубежных ярмарках/выставках при классическом зарубежном рынке предполагает:

контакты со значительными покупателями и импортерами, презентация предприятия и его продукции, обмен информацией с потенциальными клиентами и получение заказов

Участники ярмарки/выставки переводят за участие в ней взносы за:

аренду площадей, оплату транспортных расходов, оформление стендов, рекламно-информационное обслуживание, работу персонала

Фирме целесообразно принять участие в региональной выставке/ярмарке, если ...

у нее имеются деловые интересы в этом регионе

Формула Миллера позволяет определить:

число посетителей стенда

Цель участия фирмы А в выставке/ярмарке состоит в установлении 50 контактов с новыми потенциальными покупателями, интересующимися предлагаемым фирмой товаром, что должно привести к 10 продажам. Поэтому фирма А должна принять участие в выставке

торговой

Целью рекламы участия является:

популяризация имиджа экспонента, ознакомление посетителей с разнообразием его экспонатов и расположением стенда

Ценность определенной торговой выставки/ярмарки для предприятия является высокой, это означает, что ...

денежные затраты на проведение торговой сделки в рамках выставки/ярмарки намного меньше, чем затраты на проведение такой же сделки, только другим способом, вне выставки/ярмарки

Цены на товары на ярмарке/выставке изменяются, если ...

изменяется спрос на этот товар

Что позволяет сразу же раскрыть цели экспонентов, наглядно показать демонстрируемые экспонаты посетителям и выявить деловые возможности экспонентов?

Выставочный стенд

Чтобы избежать всевозможных накладок и недоразумений, монтаж экспозиции должен быть завершен:

за 1 сутки до открытия

Экспонатами на инвестиционной выставке/ярмарке являются:

современные технологии

Экспоненты объединяются для работы в национальные павильоны по следующему признаку:
экспоненты-сограждане демонстрируют достижения своей страны

Экспонирование продукции высоких технологий на деревянном стенде в современных условиях является:
не допустимым

Ярмарки/выставки, имеющие отраслевой профиль и ориентированные на отечественных специалистов — это:
национальные

Ярмарки/выставки, имеющие строгую специализацию в отношении экспонируемой на них продукции и ориентированные, главным образом на посетителей-коммерсантов с аналогичными специальными интересами, являются:
отраслевыми

Ярмарки/выставки, привлекающие к участию предприятия, организации ряда близлежащих регионов, которые объединяет схожесть социальных, географических, климатических условий, структуры транспортных коммуникаций, называются:
зональными

Ярмарки/выставки, привлекающие к участию, как правило, представителей одной страны и имеющие отраслевой характер; в основном ориентированные на специалистов, — это:
национальные

Ярмарки/выставки, рассчитанные на местную публику и открытые как для специалистов, так и для обычных посетителей, — это ярмарки/выставки ...
местные

Ярмарки/выставки, функционирующие для оперативного удовлетворения потребителей необходимыми товарами, привлекающие посетителей в радиусе до 100 км и как правило открытые для свободного посещения, — это:
региональные

Ярмарки/выставки, являющиеся развитой формой универсальных, представляют предлагаемые товары/услуги нескольких, обычно родственных, отраслей в их реальных масштабах — это:
многоотраслевые

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины, в ходе промежуточной аттестации

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны на основе подхода В.П. Беспалько. Задания фонда оценочных средств могут быть представлены в двух взаимосвязанных блоках.

Первый блок — задания на уровне «знать», в которых очевиден способ решения, усвоенный студентом при изучении дисциплины. Задания этого блока выявляют в основном знаниевый компонент по дисциплине и оцениваются по бинарной шкале «правильно-неправильно».

Второй блок – задания на уровне «уметь» и «владеть практическим опытом» (если предусмотрено ФГОС, учебным планом и РПД). Данный блок может быть представлен типовыми заданиями, в которых нет явного указания на способ выполнения, и студент для их решения самостоятельно выбирает один из изученных способов или практическими заданиями, содержание которых предполагает использование комплекса умений и навыков, для того чтобы студент мог самостоятельно сконструировать способ решения, комбинируя известные ему способы и привлекая знания из разных дисциплин (выполнение задания требует решения поставленной проблемы в целом и проявления умения анализировать информацию, проследить причинно-следственные связи, выделять ключевые проблемы, формировать методы их решения).

Задания данного блока позволяют оценить не только знания по дисциплине, но и умения пользоваться ими при решении стандартных (типовых) и нестандартных задач. Результаты выполнения этого блока оцениваются с учетом полностью или частично правильно выполненных заданий. Решение студентами нестандартных практико-ориентированных заданий свидетельствует о формировании у студентов определенных общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС СПО.

Оценивание знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования общих и профессиональных компетенций, осуществляется с помощью следующей модели оценки выполнения типовых заданий и практико-ориентированных задач, которая позволяет установить соответствие между результатом выполнения заданий ФОС обучающимся (студентом) и уровнем обученности по шкале оценивания (таблицы 3.1 – 3.3.).

Таблица 3.1. – Модель оценки выполнения заданий ФОС, ориентированных на проведение устных и письменных опросов (зачет / дифференцированный зачет / экзамен, контрольные и самостоятельные работы, задания для терминологического диктанта и т.п.), на оценивание работы обучающихся на семинарских / практических занятиях, на оценивание заданий по поиску, анализу и систематизации информации, на подготовку и публичные выступления с докладами на коллоквиуме, подготовку и участие в дискуссиях вовремя проведения конференций / круглых столов, на работу обучающихся в малых (микро-) группах и т.д.:

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично (зачтено)	студент демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, точно, четко и конкретно отвечает на вопросы, может доказать и проиллюстрировать свои рассуждения практическими примерами, при ответе на вопросы рассуждает, опираясь на знания, полученные как в рамках данного курса, так и при изучении других смежных дисциплин, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, в том числе, решает нестандартные задачи, в целом ответы глубокие, обоснованные и законченные;
Хорошо (зачтено)	в своих ответах на вопросы студент четко формулирует определения и может показать взаимосвязь различных частей пройденного в рамках данного учебного курса материала, студент демонстрирует способность к размышлению, при ответе на вопросы рассуждает, опираясь на полученные в рамках данного курса знания, легко решает типовые задачи, способен к

	самостоятельному пополнению и обновлению знаний и умений в ходе дальнейшей учебной и профессиональной деятельности
Удовлетворительно (зачтено)	студент обнаруживает в целом правильное понимание основных вопросов программного материала, может дать определения основных понятий, пройденных в рамках учебного курса, однако излагает их недостаточно четко и / или не в полном объеме, предусмотренном учебным материалом лекционных и практических занятий, не может вывести закономерности и связать воедино разные части курса; допускает отдельные ошибки в ответе и при выполнении заданий, решение типовых задач может вызывать затруднение, при этом студент обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
Неудовлетворительно (не зачтено)	знания студента обрывочны, не покрывают всего предмета, скорее заучены, чем поняты и, как следствие, студент не может объяснить связей в рамках изложенного материала, дать точных определений понятий, пройденных в рамках курса, дает расплывчатые формулировки, не владеет в должной степени терминологией и приемами решения типовых задач; оценка «неудовлетворительно», как правило, ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании Колледжа без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине

Таблица 3.2. – Модель оценки выполнения заданий ФОС, ориентированных на выполнение расчетно-графических заданий, заданий, выполненных по образцу (в том числе, в контрольных работах) и т.п.

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично (зачтено)	Самостоятельное, правильное, полное (исчерпывающее) решение задания: составлен правильный алгоритм решения задачи, в логических рассуждениях, в выборе формул и решении нет ошибок, сделаны необходимые математические преобразования и расчеты, приводящие к правильному числовому ответу, задача решена рациональным способом. Наличие полного, грамотного пояснения к расчетным показателям, их адекватная трактовка и логичные выводы, языковая грамотность, точное использование специальной терминологии. Корректное оформление работы (см. требования к оформлению расчетно-графических заданий). В устной беседе (при необходимости) обучающийся демонстрирует правильное понимание процессов или явлений, описанных в условии задачи или связанных с ними.
Хорошо (зачтено)	Самостоятельное, правильное, полное решение задания: составлен правильный алгоритм решения задачи, в логических рассуждениях и решении нет существенных ошибок, правильно выбраны формулы для решения, получен верный ответ, но задача решена нерациональным способом или допущена 1 несущественная ошибка в расчетах. Наличие грамотного, но неполного пояснения к расчетным показателям, их адекватная трактовка и логичные выводы, языковая грамотность, точное использование специальной терминологии.

	Корректное оформление работы (см. требования к оформлению расчетно-графических заданий). Допускается наличие 1-2 недочетов в оформлении или пояснении к решению. В устной беседе (при необходимости) обучающийся демонстрирует правильное понимание процессов или явлений, описанных в условии задачи.
Удовлетворительно (зачтено)	Представленное решение соответствует одному из следующих случаев: - задание понято правильно, в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе формул или в математических расчетах, которые привели к неправильному числовому ответу; - задача решена не полностью (отсутствует правильный конечный ответ, но есть верно рассчитанные промежуточные показатели) или в общем виде (в решении приведены только необходимые формулы, без замены букв цифрами или без необходимых математических преобразований и вычислений); - отсутствует одна из исходных формул, необходимая для решения задачи (или утверждение, лежащее в основе решения) / в одной из исходных формул допущена ошибка, но присутствуют логически верные преобразования с имеющимися формулами, направленные на решение задачи. Неполное пояснение к расчетным показателям, языковая безграмотность, недостаточное владение специальной терминологией или ее некорректное использование. Существенные ошибки в оформлении работы, например, отсутствует последовательное изложение решения задачи при наличии правильного конечного ответа (см. требования к оформлению расчетно-графических заданий). В устной беседе (при необходимости) обучающийся демонстрирует наличие пробелов в теоретических знаниях, умении анализировать информацию, сопоставлять, делать обобщения и выводы.
Неудовлетворительно (не зачтено)	Отсутствие решения либо неправильное решение задания: - задание понято неправильно, в логических рассуждениях допущены существенные ошибки, которые привели к неправильному числовому ответу; - допущены ошибки в выборе исходных формулы, применение которых необходимо для решения представленной задачи; - не проведены необходимые математические преобразования и расчеты, приводящие к правильному числовому ответу, не представлен правильный конечный ответ. Отсутствие пояснения / ошибочные пояснения к расчетным показателям, их неадекватная трактовка, отсутствие необходимых выводов, языковая безграмотность, отсутствие в пояснении специальной терминологии. Существенные ошибки в оформлении работы, создающие препятствия для понимания логики и последовательности решения задачи. В устной беседе (при необходимости) обучающийся демонстрирует отсутствие каких-либо знаний для ведения диалога о процессах и явлениях, описанных в условии задачи.

Требования к оформлению расчетно-графических заданий, выполнения заданий по образцу (в том числе, в контрольных работах) и т.п.	Выполненное задание должно включать: - наименование задания (например, задача 1); - формула (-ы), которые использованы для решения задачи (подпункта задачи); - последовательное изложение решения задачи; - конечный результат, с указанием единиц измерения, например, «Ответ: А) $P = 120$ руб.; Б) $Q = 250$ шт.». Если условие задачи представлено в виде таблицы, имеющей пустые столбцы и / или строки, то ответом является заполненная таблица.
---	---

Данные модели, являясь студентоцентрированными, позволяют сфокусировать внимание на результатах каждого отдельного студента. Предложенные показатели оценки результатов обучения позволяют сделать выводы об уровне обученности каждого отдельного студента и дать ему рекомендации для дальнейшего успешного продвижения в освоении навыков и умений, необходимых в профессиональной деятельности.

Предложенный фонд оценочных средств может быть использован для оценки результатов обучения отдельного студента, а также для выборки студентов по соответствующей специальности.