

Частное образовательное учреждение высшего образования  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ  
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры сервиса и  
туризма  
Протокол № 10 от 26.05.2023 г.

Первый проректор  
С.В. Авдашкевич  
28.06.2023

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Б1.В.11 Экономика выставочно-ярмарочной и конгрессной индустрии
Направление подготовки:	43.03.01 Сервис
Направленность (профиль):	Конгрессно-выставочная деятельность
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	очная, заочная, очно-заочная
Разработчики:	Кандидат исторических наук, доцент Филиппова И. Г.

Санкт-Петербург  
2023

## 1. Цели и задачи дисциплины:

### *Цель освоения дисциплины:*

формирование у студентов комплексного представления о теоретических основах и практических аспектах экономики выставочно-ярмарочной и конгрессной индустрии, освоение методов анализа отраслевых рынков, состояния и перспектив развития выставочно-ярмарочной и конгрессной индустрии.

### *Задачи дисциплины:*

сформировать у студентов систему знаний об основах планирования производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе, с учётом социальной политики государства;изучить общие экономические закономерности развития выставочно-ярмарочной и конгрессной индустрии в современных условиях хозяйствования и глобализации мировой экономики;добиться прочного усвоения основ построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на микро- и макроуровнях;проанализировать обеспеченность развития современной выставочно-ярмарочной и конгрессной инфраструктуры в Российской Федерации в соответствии с потребностями экономики;рассмотреть особенности взаимодействия органов государственной власти с профессиональными объединениями предпринимателей в области выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности;знать основные формы государственной поддержки и стимулирования участия российских производителей в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях, проводимых в России и за рубежом;

уметь определять эффективность выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий;выработать у студентов умения выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций в выставочно-ярмарочной и конгрессной индустрии, предлагать способы их решения с учетом социально-экономических последствий;освоить навыки использования способов и приемов для проработывания концепции выставочного проекта и анализа его коммерческой состоятельности;развить навыки учета, расчетов, анализа показателей деятельности предприятий, работающих в выставочно-ярмарочной и конгрессной индустрии.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
ПК-4 Способен осуществлять разработку концепции и бизнес-плана организации проекта мероприятия в сфере конгрессно-выставочных услуг	ПК-4.1 Знает методы разработки видения и концепции проекта, инструменты бизнес планирования, современные подходы к управлению проектами, календарному планированию, бюджетированию и экономическим расчетам проекта, современные методы управления рисками, в том числе особенности управления рисками в конгрессно-выставочном бизнесе; выставочный менеджмент; историю развития сферы конгрессно-выставочных услуг.	33.019 Профессиональный стандарт «Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок»
	ПК-4.2 Умеет определять приоритеты и ключевые факторы эффективности конгрессно-выставочного мероприятия на основе имеющейся маркетинговой информации, принимать эффективные тактические решения в рамках имеющихся ресурсных ограничений, рассчитывать коммерческие показатели эффективности проекта мероприятия, определять ключевые факторы, влияющие на получение целевых коммерческих результатов, анализировать риски организации конгрессно-выставочного мероприятия	

43.03.01 Сервис, направленность (профиль) "Конгрессно-выставочная деятельность"  
 Рабочая программа дисциплины  
 Дисциплина: Б1.В.11 Экономика выставочно-ярмарочной и конгрессной индустрии  
 Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная  
 Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
	<p>ПК-4.3 Способен разрабатывать или актуализировать концепции проекта конгрессно-выставочного мероприятия, обосновывать выбор места проведения мероприятия с учетом особенностей его концепции, разрабатывать бизнес-план проекта мероприятия в сфере конгрессно-выставочных услуг, разрабатывать концепцию бизнес-планов ключевых деловых мероприятий в программе конгрессно-выставочного мероприятия.</p>	
<p>ПК-5 Способен управлять реализацией проекта в сфере конгрессно-выставочных услуг</p>	<p>ПК-5.1 Знает особенности выставочного менеджмента на различных этапах организации мероприятия в сфере конгрессно-выставочных услуг, современные подходы к управлению проектами, календарное планирование и бюджетирование проектов, основы управления персоналом, мотивации работников, командообразования, инструменты тайм-менеджмента.</p> <p>ПК-5.2 Умеет адаптировать типовые подходы к организации конгрессно-выставочных мероприятий к особенностям конкретного мероприятия в сфере конгрессно-выставочных услуг, применять финансовые и нефинансовые инструменты мотивации для получения наилучших результатов по проекту мероприятия в сфере конгрессно-выставочных услуг, распределять задачи и работы в соответствии с квалификацией и индивидуальными особенностями участников команды проекта мероприятия, ориентироваться в разнообразии инструментов и методов выставочного менеджмента.</p> <p>ПК-5.3 Способен разрабатывать календарный план реализации проекта мероприятия в сфере конгрессно-выставочных услуг, формировать команду проекта конгрессно-выставочного мероприятия, разрабатывать систему мотивации для участников команды проекта мероприятия в сфере конгрессно-выставочных услуг и согласовывать ее с руководством организации, разрабатывать бюджет проекта мероприятия в сфере конгрессно-выставочных услуг и контролировать его выполнение.</p>	<p>33.019          Профессиональный стандарт «Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок»</p>

<b>Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>
ПК-4.1. Знает методы разработки видения и концепции проекта, инструменты бизнес планирования, современные подходы к управлению проектами, календарному планированию, бюджетированию и экономическим расчетам проекта, современные методы управления рисками, в том числе особенности управления рисками в конгрессно-выставочном бизнесе; выставочный менеджмент; историю развития сферы конгрессно-выставочных услуг.	Знает принципы, методы и технологию разработки видения и концепции проекта в сфере конгрессно-выставочных услуг; принципы, методы и технологию бизнес-планирования и его особенности в конгрессно-выставочной деятельности; современные подходы к управлению бизнес-проектами, календарному планированию, бюджетированию и экономическим расчетам проекта, современные методы управления рисками, в том числе особенности управления рисками в конгрессно-выставочном бизнесе; выставочный менеджмент; историю развития сферы конгрессно-выставочных услуг; основные экономические и финансовые показатели эффективности конгрессно-выставочной деятельности; современные методы оценки эффективности бизнес-планов и инвестиционных проектов.
ПК-4.2. Умеет определять приоритеты и ключевые факторы эффективности конгрессно-выставочного мероприятия на основе имеющейся маркетинговой информации, принимать эффективные тактические решения в рамках имеющихся ресурсных ограничений, рассчитывать коммерческие показатели эффективности проекта мероприятия, определять ключевые факторы, влияющие на получение целевых коммерческих результатов, анализировать риски организации конгрессно-выставочного мероприятия	Умеет рассчитывать производственную программу, проектные мощности, ресурсное обеспечение процесса оказания услуг в конгрессно-выставочной деятельности; определять приоритеты и ключевые факторы эффективности конгрессно-выставочного мероприятия; планировать издержки и финансовые результаты конгрессно-выставочного мероприятия; составлять бизнес-планы; оценивать целесообразность реализации бизнес-плана с помощью современных методов оценки эффективности проектов, определять ключевые факторы, влияющие на получение целевых коммерческих результатов, анализировать риски организации конгрессно-выставочного мероприятия.
ПК-4.3. Способен разрабатывать или актуализировать концепции проекта конгрессно-выставочного мероприятия, обосновывать выбор места проведения мероприятия с учетом особенностей его концепции, разрабатывать бизнес-план проекта мероприятия в сфере конгрессно-выставочных услуг, разрабатывать концепцию бизнес-планов ключевых деловых мероприятий в программе конгрессно-выставочного мероприятия.	Владеет навыками разработки бизнес-планов для конгрессно-выставочных мероприятий; методами планирования в конгрессно-выставочной деятельности; разрабатывать или актуализировать концепции проекта конгрессно-выставочного мероприятия, обосновывать выбор места проведения мероприятия с учетом особенностей его концепции, разрабатывать бизнес-план проекта мероприятия в сфере конгрессно-выставочных услуг, разрабатывать концепцию бизнес-планов ключевых деловых мероприятий в программе конгрессно-выставочного мероприятия; навыками расчета производственной программы, проектных мощностей, ресурсного обеспечения процесса оказания услуг; навыками расчета основных экономических и финансовых показателей эффективности конгрессно-выставочной деятельности.

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-5.1. Знает особенности выставочного менеджмента на различных этапах организации мероприятия в сфере конгрессно-выставочных услуг, современные подходы к управлению проектами, календарное планирование и бюджетирование проектов, основы управления персоналом, мотивации работников, командообразования, инструменты тайм-менеджмента.	Знает классификацию выставочных мероприятий; виды, специфику и характеристику конгрессно-выставочных мероприятий, основные этапы организации выставки; организационные основы выставочной деятельности, структуру выставок, особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками выставочной деятельности; понятие, виды и технологии организации выставочной деятельности, терминологию, применяемую в конгрессно-выставочной деятельности; экономические аспекты выставочной деятельности; структуру бизнеса и распределения доходов, экономические и правовые аспекты сервисной деятельности; основы организации и планирования деятельности предприятий сервиса; основы управления персоналом, основы тайм-менеджмента.
ПК-5.2. Умеет адаптировать типовые подходы к организации конгрессно-выставочных мероприятий к особенностям конкретного мероприятия в сфере конгрессно-выставочных услуг, применять финансовые и нефинансовые инструменты мотивации для получения наилучших результатов по проекту мероприятия в сфере конгрессно-выставочных услуг, распределять задачи и работы в соответствии с квалификацией и индивидуальными особенностями участников команды проекта мероприятия, ориентироваться в разнообразии инструментов и методов выставочного менеджмента.	Умеет использовать информацию о конгрессно-выставочных мероприятиях в современном мире; Производить экономический анализ рисков выставочного участия; применять общие критерии при осуществлении оценки экономической эффективности и целесообразности организации выставки (выставочного стенда); планировать издержки и финансовые результаты деятельности по организации выставочного стенда; работать в команде и мотивировать персонал выставочного мероприятия.
ПК-5.3. Способен разрабатывать календарный план реализации проекта мероприятия в сфере конгрессно-выставочных услуг, формировать команду проекта конгрессно-выставочного мероприятия, разрабатывать систему мотивации для участников команды проекта мероприятия в сфере конгрессно-выставочных услуг и согласовывать ее с руководством организации, разрабатывать бюджет проекта мероприятия в сфере конгрессно-выставочных услуг и контролировать его выполнение.	Владеет методикой организации выставки; приемами и методами приобретения новых знаний по конгрессно-выставочной деятельности; приемами экономического анализа участия предприятия в выставке; способен применять эффективные методы мотивации команды выставочного мероприятия.

### 3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-4.1 ПК-5.1	ПК-4.2 ПК-5.2	ПК-4.3 ПК-5.3
1	Выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность в структуре делового туризма	ПК-4 ПК-5	Тестирование №1 (10)	Доклад, сообщение/Реферат №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)
2	Государственная политика в сфере ВЯД и конгрессной индустрии в России.	ПК-4 ПК-5	Тестирование №1 (10)	Доклад, сообщение/Реферат №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)

43.03.01 Сервис, направленность (профиль) "Конгрессно-выставочная деятельность"  
 Рабочая программа дисциплины  
 Дисциплина: Б1.В.11 Экономика выставочно-ярмарочной и конгрессной индустрии  
 Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная  
 Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-4.1 ПК-5.1	ПК-4.2 ПК-5.2	ПК-4.3 ПК-5.3
3	Экономические аспекты выставочной деятельности.	ПК-4 ПК-5	Тестирование №1 (10)	Доклад, сообщение/Реферат №2 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)
4	Экономический анализ рисков выставочного участия.	ПК-4 ПК-5	Тестирование №2 (10)	Доклад, сообщение/Реферат №2 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)
5	Выставочно-ярмарочные мероприятия и реклама.	ПК-4 ПК-5	Тестирование №2 (10)	Задача №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
6	Экономика и конкурентоспособность предприятий ярмарочно-выставочной и конгрессной деятельности.	ПК-4 ПК-5	Тестирование №2 (10)	Задача №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
7	Эффективность ярмарочно-выставочной и конгрессной деятельности	ПК-4 ПК-5	Тестирование №3 (10)	Задача №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
8	Инвестиционный менеджмент в выставочно-ярмарочной и конгрессной индустрии.	ПК-4 ПК-5	Тестирование №3 (10)	Задача №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
<b>Количество баллов (100 баллов):</b>			100		

<b>Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа</b>
<p><b>Тема 1:</b> Выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность в структуре делового туризма                      Понятие выставочно-конгрессной деятельности. Формирование новой экономической отрасли – выставочно-ярмарочной и конгрессной, как формы и экономического механизма продвижения промышленной продукции, услуг, технологий на рынки. Взаимосвязь экономического положения в России и выставочно-ярмарочной (ВЯД) и конгрессной деятельности. Выставочная и конгрессная деятельность с позиций государства и предпринимателей. Главная направленность ВЯД в России. Выставочный бум в России. Недостаточный уровень теоретической и практической подготовки управленческих кадров в сфере ВЯД. Требования рекруторов к управленческому персоналу, связанные с необходимостью знаний сферы ВЯД.</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b>                      Превращение выставочной и конгрессной деятельности в серьезный бизнес.</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 2:</b> Государственная политика в сфере ВЯД и конгрессной индустрии в России.                      Концепция развития выставочной и конгрессной деятельности Российской Федерации. Региональная выставочная политика. Нерешенность законодательного оформления ВЯД. Состояние разработки Федерального закона о ВЯД. Необходимость создания равных конкурентных условий субъектам ВЯД. Развитие материально-технической базы ВЯД. Проблемы таможенного контроля и оформления товаров, ввозимых (вывозимых) при осуществлении ВЯД. Совершенствование правового регулирования в области прав и объектов интеллектуальной собственности и иных результатов интеллектуальной деятельности в части, касающейся ВЯД. Создание интегрированной информационной системы в сфере ВЯД. Вопросы повышения экономической эффективности ВЯД. Институциональные и организационные основы ВЯД. Формы государственной поддержки ВЯД.</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b>                      Интеграция РФ в международное выставочное сообщество.</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 3:</b> Экономические аспекты выставочной деятельности.                      Составление бюджета. Некоторые особенности бухгалтерского и налогового учета у фирм, организующих выставки. Особенности бухгалтерского и налогового учета затрат у фирм, участвующих в выставках. Стоимость участия в выставке. Составление бюджета. Оценка требуемой площади стенда.</p>

43.03.01 Сервис, направленность (профиль) "Конгрессно-выставочная деятельность"  
 Рабочая программа дисциплины  
 Дисциплина: Б1.В.11 Экономика выставочно-ярмарочной и конгрессной индустрии  
 Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная  
 Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

<b>Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа</b>
<p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b>            Экономические аспекты выставочной деятельности.  <b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 4:</b> Экономический анализ рисков выставочного участия.            Характеристики рисков. Риски первого приоритета. Риски второго приоритета. Риски третьего приоритета. Степень влияния рисков. Пути снижения выставочного риска. Диверсификация как метод снижения риска. Страхование. Создание резерва.  <b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b>            Экономический анализ рисков выставочного участия.  <b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 5:</b> Выставочно-ярмарочные мероприятия и реклама.            Роль рекламы на выставках. Общие задачи и планирование рекламной кампании. Рекламная кампания организаторов выставок. Пресс-конференция. Организация конкурсов, шоу, семинаров. Иные средства рекламы организаторов выставок. Реклама участия.  <b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b>            Роль рекламы в выставочно-ярмарочной деятельности.  <b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 6:</b> Экономика и конкурентоспособность предприятий ярмарочно-выставочной и конгрессной деятельности.            Экономико-организационные основы формирования и развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности. Экономика предприятия конгрессно-выставочной деятельности. Анализ факторов и условий развития конгрессно-выставочной деятельности в условиях конкуренции. Основы формирования экономических отношений в сетевой конгрессно-выставочной деятельности. Кластеризация.  <b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b>            Экономико-организационные основы деятельности предприятий выставочно-ярмарочной и конгрессной индустрии.  <b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 7:</b> Эффективность ярмарочно-выставочной и конгрессной деятельности            Виды эффективности выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий. Методы расчета эффективности выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий.  <b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b>            Оценка эффективности участия.  <b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 8:</b> Инвестиционный менеджмент в выставочно-ярмарочной и конгрессной индустрии.            Затраты и ценообразование при подготовке конгрессно-выставочного мероприятия. Бюджетная и социальная эффективность конгрессной деятельности. Инвестиционный менеджмент и привлечение инвестиций конгрессно-выставочную сферу. Факторы, влияющие на формирование стимулирующего инвестиционного климата.  <b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b>            Инвестиционный менеджмент в выставочно-ярмарочной и конгрессной индустрии.  <b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Курсовая работа:</b>            примерный перечень тем курсовой работы представлен в п.9.</p>

#### *Очная форма обучения*

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Всего часов</b>	<b>Семестр 3</b>
Аудиторные занятия (АЗ):	90	90
Лекционные занятия (Лек)	36	36
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	54	54
Самостоятельная работа студента (СР)	115	115
Курсовая работа	18	18
Другие виды самостоятельной работы*	97	97
Контроль самостоятельной работы (КСР)	11	11
Контактная работа (КоР)	101	101
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	36	36
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	252/7	252/7

\* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

43.03.01 Сервис, направленность (профиль) "Конгрессно-выставочная деятельность"  
 Рабочая программа дисциплины  
 Дисциплина: Б1.В.11 Экономика выставочно-ярмарочной и конгрессной индустрии  
 Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная  
 Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность в структуре делового туризма	3	4	6	0	12	6
2	Государственная политика в сфере ВЯД и конгрессной индустрии в России.	3	6	6	0	12	6
3	Экономические аспекты выставочной деятельности.	3	4	8	0	12	8
4	Экономический анализ рисков выставочного участия.	3	6	6	0	12	6
5	Выставочно-ярмарочные мероприятия и реклама.	3	4	6	0	12	6
6	Экономика и конкурентоспособность предприятий ярмарочно-выставочной и конгрессной деятельности.	3	4	8	0	12	8
7	Эффективность ярмарочно-выставочной и конгрессной деятельности	3	4	8	0	12	8
8	Инвестиционный менеджмент в выставочно-ярмарочной и конгрессной индустрии.	3	4	6	0	13	6
Итого:			36	54	0	97	54
Курсовая работа:			-	-	-	18	18
Итого (с учётом курсовой работы):			36	54	0	115	72

\* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 3
Аудиторные занятия (АЗ):	18	18
Лекционные занятия (Лек)	6	6
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	12	12
Самостоятельная работа студента (СР)	214	214
Курсовая работа	18	18
Другие виды самостоятельной работы*	196	196
Контроль самостоятельной работы (КСР)	11	11
Контактная работа (КоР)	29	29
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	9	9
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	252/7	252/7

\* Подготовка к аудиторным занятиям

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность в структуре делового туризма	3	2	0	0	25	6
2	Государственная политика в сфере ВЯД и конгрессной индустрии в России.	3	0	2	0	25	6
3	Экономические аспекты выставочной деятельности.	3	2	2	0	25	8
4	Экономический анализ рисков выставочного участия.	3	0	2	0	25	6
5	Выставочно-ярмарочные мероприятия и реклама.	3	2	0	0	25	6



43.03.01 Сервис, направленность (профиль) "Конгрессно-выставочная деятельность"  
 Рабочая программа дисциплины  
 Дисциплина: Б1.В.11 Экономика выставочно-ярмарочной и конгрессной индустрии  
 Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная  
 Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
6	Экономика и конкурентоспособность предприятий ярмарочно-выставочной и конгрессной деятельности.	3	0	2	0	25	8
7	Эффективность ярмарочно-выставочной и конгрессной деятельности	3	0	2	0	25	8
8	Инвестиционный менеджмент в выставочно-ярмарочной и конгрессной индустрии.	3	0	2	0	21	6
Итого:			6	12	0	196	54
Курсовая работа:			-	-	-	18	18
Итого (с учётом курсовой работы):			6	12	0	214	72

\* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 4
Аудиторные занятия (АЗ):	72	72
Лекционные занятия (Лек)	36	36
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	36	36
Самостоятельная работа студента (СР)	146	146
Курсовая работа	18	18
Другие виды самостоятельной работы*	128	128
Контроль самостоятельной работы (КСР)	7	7
Контактная работа (КоР)	79	79
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	27	27
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	252/7	252/7

\* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность в структуре делового туризма	4	4	4	0	16	6
2	Государственная политика в сфере ВЯД и конгрессной индустрии в России.	4	6	6	0	16	6
3	Экономические аспекты выставочной деятельности.	4	4	4	0	16	8
4	Экономический анализ рисков выставочного участия.	4	6	6	0	16	6
5	Выставочно-ярмарочные мероприятия и реклама.	4	4	4	0	16	6
6	Экономика и конкурентоспособность предприятий ярмарочно-выставочной и конгрессной деятельности.	4	4	4	0	16	8
7	Эффективность ярмарочно-выставочной и конгрессной деятельности	4	4	4	0	16	8
8	Инвестиционный менеджмент в выставочно-ярмарочной и конгрессной индустрии.	4	4	4	0	16	6
Итого:			36	36	0	128	54
Курсовая работа:			-	-	-	18	18
Итого (с учётом курсовой работы):			36	36	0	146	72

\* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### **4. Способ реализации дисциплины**

Без использования онлайн-курса.

#### **5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:**

*Основная литература:*

1. ВЫСТАВОЧНОЕ ДЕЛО 3-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Фомичев В. И. - Санкт-Петербургский государственный экономический университет (г. Санкт-Петербург), 2022 г. - 227 с. - ISBN 978-5-534-12657-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/vystavochnoe-delo-493268>

2. ОСНОВЫ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 2-е изд., пер. и доп. Учебное пособие для вузов / Комарова Л. К. ; Отв. ред. Нехорошков В. П. - Сибирский государственный университет путей сообщения (г. Новосибирск), 2022 г. - 194 с. - ISBN 978-5-534-06841-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-vystavochnoy-deyatelnosti-491577>

3. ЭКОНОМИКА КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. Учебник для вузов / Сологубова Г. С. - Санкт-Петербургский государственный экономический университет (г. Санкт-Петербург), 2022 г. - 248 с. - ISBN 978-5-534-13889-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/ekonomika-kongressno-vystavochnoy-deyatelnosti-496744>

*Дополнительная литература:*

1. ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА 6-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Морозов М. А., Морозова Н. С. - Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (г. Москва); Российский новый университет (г. Москва), 2022 г. - 304 с. - ISBN 978-5-534-15216-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/ekonomika-organizaciy-sfery-turizma-487942>

2. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Кобяк М. В., Скобкин С. С. ; Под ред. Скобкина С. С. - Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (г. Москва), 2022 г. - 502 с. - ISBN 978-5-534-15142-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/upravlenie-kachestvom-gostinichnogo-predpriyatiya-492674>

3. ЭКОНОМИКА 3-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для вузов / Васильев В. П., Холоденко Ю. А. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва), 2022 г. - 316 с. - ISBN 978-5-534-13155-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/ekonomika-491252>

#### **6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения**

1. Операционная система
2. Пакет прикладных офисных программ
3. Антивирусное программное обеспечение
4. LMS Moodle
5. Вебинарная платформа

#### **7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины**

1. [ibooks.ru](http://ibooks.ru) : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная

база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный

2. Электронно-библиотечная система СПБУТУиЭ : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный

3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru>. - Текст: электронный

4. eLibrary.ru : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный

5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: [arch.neicon.ru](http://arch.neicon.ru). - Текст: электронный

6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный

7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный

8. Экономический портал [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://institutiones.com>. - Текст: электронный

9. Exproclub.ru: международный выставочный портал [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.exproclub.ru>. - Текст: электронный

10. HR-tv.ru [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://thehrd.ru/>. - Текст: электронный

11. Развитие бизнеса.РУ [Электронный ресурс] : Информационная справочная система. - Режим доступа: <https://www.devbusiness.ru>. - Текст: электронный

12. Управление производством [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://www.up-pro.ru>. - Текст: электронный

13. Министерство культуры Российской Федерации (Минкультуры России): профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://culture.gov.ru>. - Текст: электронный

14. Министерство экономического развития Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://economy.gov.ru>. - Текст: электронный

15. Экономика. Социология. Менеджмент: федеральный образовательный портал: профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>. - Текст: электронный

16. Executive.ru: профессиональная база данных . - Режим доступа: <https://www.e-executive.ru>. - Текст: электронный

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа – практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, выполнения курсового проекта, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа - практических занятий – компьютерный класс, оборудованный рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения -

мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

3. При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному порталу Университета [imeos.ru](http://imeos.ru), веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройствами), программным обеспечением; рабочее место обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному порталу Университета [imeos.ru](http://imeos.ru), веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном портале Университета [imeos.ru](http://imeos.ru) и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

4. Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, лицензионным программным обеспечением

## 9. Оценочные материалы по дисциплине

Описание оценочных средств (показатели и критерии оценивания, шкалы оценивания) представлено в приложении к основной профессиональной образовательной программе «Каталог оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации».

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета.

Для оценивания учебных достижений студентов в Университете действует балльно-рейтинговая система.

Если оценка, соответствующая набранной в семестре сумме рейтинговых баллов, удовлетворяет студента, то она является итоговой оценкой по дисциплине при проведении промежуточной аттестации в форме экзамена/зачета с оценкой/зачета.

Условием сдачи экзамена/зачета с оценкой/зачета с целью повышения итоговой оценки по дисциплине является сдача студентом экзамена, за который он получает экзаменационные баллы без учета баллов, полученных за текущий контроль:

### Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачетом без оценки

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100	
Итоговая оценка по дисциплине	Незачет		Зачет					
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	50 и менее	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100	
	F	Fx	E	D	C	B	A	
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный	

### Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся экзаменом/зачетом с оценкой

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100	
Итоговая оценка по дисциплине	Неудовлетворительно		Удовлетворительно		Хорошо		Отлично	

Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

## 9.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля

### Тестирование №1

1. Хозяйственное товарищество - это:

- А) объединение лиц
- Б) объединение капиталов
- В) объединение труда
- Г) объединение капиталистов

2. Особенность унитарного предприятия:

- А) Его имущество не может быть разделено на доли или вклады
- Б) Оно не распоряжается полученной им прибылью
- В) Оно не распоряжается закрепленным за ним имуществом
- Г) Оно не может увольнять работников без согласия собственника

3. Какая минимальная доля уставного капитала должна быть внесена соучредителями до регистрации юридического лица?

- А) 50%
- Б) 100%
- В) 25%
- Г) 15%

4. Отношения собственности – это:

- А) объективно-субъективные отношения
- Б) субъективные отношения
- В) объективные отношения
- Г) физические отношения

5. Субъектами отношений собственности выступают:

- А) Акционеры
- Б) станки
- В) земельные участки
- Г) предпринимательский доход

6. Главным процессом в отношениях собственности является:

- А) присвоение
- Б) владение
- В) пользование
- Г) распоряжение

7. Полный пучок прав собственности по Р. Коузе состоит из:

- А) 11 элементов
- Б) 4 элементов
- В) 3 элементов
- Г) 15 элементов

8. Право суверена – это право:

- А) уничтожения блага
- Б) применения полезных свойств блага для себя
- В) обладания результатами от использования благ
- Г) бессрочного обладания благом

9. Право на ответственность – это право:

- А) взыскания благ в уплату долга  
Б) восстановления нарушенных прав  
В) защита от вреда внешней среды  
Г) определяющее кто и как будет обеспечивать использование благ
10. Право пользования – это право:  
А) применения полезных свойств блага для себя  
Б) исключительного физического контроля над благом  
В) взыскания благ в уплату долга  
Г) на передачу прав в наследство
11. Право владения – это право:  
А) исключительного физического контроля над благом  
Б) на передачу прав в наследство  
В) применения полезных свойств блага для себя  
Г) на бессрочность обладания благом
12. Право управления – это право:  
А) кто и как будет обеспечивать использование благ  
Б) применения полезных свойств блага для себя  
В) исключительного физического контроля над благом  
Г) защита от экспроприации
13. Право на доход – это право:  
А) обладать результатами от использования благ  
Б) использовать доход по своему усмотрению  
В) защита от экспроприации дохода  
Г) уплаты налогов государству до использования дохода
14. Право на безопасность – это право:  
А) юридической защиты со стороны государства  
Б) физической защиты со стороны государства  
В) на самооборону  
Г) защиты от экспроприации
15. Право на остаточный характер – это право:  
А) на восстановление нарушенных прав  
Б) на бессрочность обладания благом  
В) право на передачу прав в наследство  
Г) обладать результатами от использования благ
16. Государственная форма собственности в Западных странах сосредоточена в:  
А) в капиталоемких отраслях с с длительным сроком окупаемости  
Б) в торговле  
В) в венчурном бизнесе  
Г) в сельском хозяйстве
17. Государственная форма собственности используется в организациях:  
А) ранее находящихся в состоянии банкротства  
Б) занимающихся инновациями  
В) сферы услуг  
Г) высокорентабельных отраслях
18. К частной форме собственности относятся:  
А) нелегальные организации теневой экономики  
Б) муниципальные предприятия  
В) унитарные предприятия  
Г) пенсионный фонд России
19. К доходу от собственности относятся:  
А) прибыль от производства товаров народного потребления

- Б) торговая наценка  
В) доходы от купли-продажи ценных бумаг, получаемые инвестиционной компанией  
Г) дивиденды по акциям
20. Юридические лица должны иметь:
- А) стратегию развития  
Б) смету  
В) прибыль  
Г) собственность
21. К юридическим лицам, в отношении которых их участники имеют обязательственные права, относятся:
- А) учреждения  
Б) потребительские кооперативы  
В) муниципальные унитарные предприятия  
Г) религиозные организации
22. К юридическим лицам, в отношении которых их участники имеют обязательственные права, относятся:
- А) благотворительные фонды  
Б) хозяйственные товарищества  
В) государственные предприятия  
Г) ассоциации юридических лиц
23. К юридическим лицам, в отношении которых их участники имеют обязательственные права, относятся:
- А) производственные кооперативы  
Б) союзы юридических лиц  
В) муниципальные предприятия  
Г) детские благотворительные фонды
24. К юридическим лицам, в отношении которых их учредители (участники) не имеют имущественных прав, относятся:
- А) общественные организации  
Б) учреждения  
В) открытые акционерные общества  
Г) закрытые акционерные общества
25. К юридическим лицам, в отношении которых их учредители (участники) не имеют имущественных прав, относятся:
- А) благотворительный фонд  
Б) учреждения  
В) общество с ограниченной ответственностью  
Г) общество с дополнительной ответственностью

### Тестирование №2

1. Текущий план предприятия, содержащий данные о прогнозе развития целевого рынка, преимущества и недостатки деятельности предприятия на этом рынке, обоснование ценовой стратегии предприятия и т.п., называется планом:
- А) по маркетингу  
Б) научных исследований и разработок  
В) инвестиций и капитального строительства  
Г) по внешнеэкономической деятельности
2. Этап оперативно-производственного планирования, на котором годовая производственная программа предприятия распределяется по кварталам и месяцам для каждого цеха, называется этапом \_\_\_\_\_ планирования:

- А) объемного
  - Б) календарного
  - В) межцехового
  - Г) внутрицехового
3. Средняя заработная плата работников рассчитывается в плане:
- А) по труду и кадрам
  - Б) финансирования
  - В) материально-технического обеспечения
  - Г) инвестиций и капитального строительства
4. Процесс стратегического планирования предприятия начинается с:
- А) определения цели предприятия, указания сфер деятельности
  - Б) разграничения и анализа рынков по сферам деятельности
  - В) определения уровня стратегических сфер деятельности
  - Г) маркетингового контроля
5. Принцип \_\_\_\_\_ требует разработки такого варианта производства товаров и услуг, который при существующих ограничениях используемых ресурсов обеспечивает получение наибольшего экономического эффекта:
- А) эффективности
  - Б) пропорциональности
  - В) необходимости
  - Г) оптимальности
6. Этапом оперативно-производственного планирования на предприятии не является:
- А) разработка бизнес-плана
  - Б) объемное планирование с распределением производственной программы по кварталам и месяцам
  - В) календарное планирование производства
  - Г) собственно оперативно-производственное планирование
7. Раздел сводного плана предприятия, содержащий расчет потребностей в основных материалах в натуральном измерении и обеспечение потребности договорами на поставку, называется планом:
- А) материально-технического обеспечения
  - Б) технического развития предприятия
  - В) организационного развития производства
  - Г) издержек производства
8. С какого раздела начинается разработка плана производственно-финансовой деятельности предприятия?
- А) производственная программа
  - Б) финансовая деятельность
  - В) инвестиционная деятельность
  - Г) ценообразование
9. К стоимостным показателям производственной программы предприятия относятся:
- А) товарная продукция
  - Б) затраты на 1 руб. товарной продукции
  - В) стоимость основных фондов
  - Г) стоимость оборотных фондов
10. Главная цель бизнес-плана — это:
- А) получение прибыли
  - Б) выпуск запланированного объема продукции
  - В) расширение предпринимательской деятельности
  - Г) завоевание новых рынков сбыта
11. Центральным разделом плана развития предприятия является:



- А) производственная программа  
Б) план развития науки и техники  
В) финансовый план  
Г) план повышения экономической эффективности производства
12. Основной раздел бизнес-плана:  
А) обобщенное резюме, основные параметры и показатели бизнес-плана  
Б) план (программа) действий и организационные меры  
В) цели и задачи предпринимательской сделки и ее эффективность  
Г) реклама
13. Какое место занимает планирование на предприятиях в условиях рынка?  
А) роль планирования возрастает, поскольку с его помощью определяются стратегические и текущие цели развития, средства их реализации в условиях неопределенности внешней среды  
Б) границы планирования ограничены  
В) слабо используется  
Г) связано только с определением заданий производственной программы и дохода
14. Какие виды планов используются на предприятии?  
А) оперативно-производственные, перспективные, текущие  
Б) перспективные, текущие  
В) текущие, оперативно-производственные  
Г) оперативно-производственные
15. Какие методы планирования используются на предприятии?  
А) программно-целевые, расчетно-аналитические, балансовые, экономико-математические  
Б) программно-целевые, расчетно-аналитические  
В) балансовые, экономико-математические  
Г) экономико-математические, программно-целевые
16. Какова роль нормативной базы в планировании?  
А) нормативная база — основа всех видов планов  
Б) нормы и нормативы используются только в перспективном планировании  
В) основа определения потребности во всех видах ресурсов  
Г) не играет существенной роли
17. В чем заключается сущность стратегического плана предприятия?  
А) совокупность главных целей предприятия и основных способов их достижения  
Б) план предприятия на 5—10 лет  
В) долгосрочная программа развития  
Г) краткосрочная и долгосрочная программа развития
18. В чем заключается сущность тактического планирования?  
А) определение видов и объемов ресурсов для решения стратегических задач  
Б) разработка текущих планов  
В) прогнозирование решения задач  
Г) экономико-математическое моделирование
19. Для чего нужен предприятию бизнес-план?  
А) для получения кредита в банке  
Б) для открытия расчетного счета  
В) для регистрации предприятия  
Г) для поиска сотрудников
20. Какие функции выполняет оперативно-производственное планирование?  
А) межцеховое и внутрицеховое планирование  
Б) определяет внутрипроизводственные задания  
В) уточняет задания годового плана  
Г) уточняет задания долгосрочной программы развития
21. Что такое производственная мощность предприятия?

- 
- А) максимально возможный выпуск продукции (работ, услуг) при наилучшем использовании ресурсов
- Б) суммарная мощность оборудования, установленного на предприятии
- В) максимальная производственная программа
- Г) мощность установленного на предприятии оборудования
22. В ходе подготовки бизнес-плана организации с помощью расчета \_\_\_\_\_ можно выявить влияние объемов производства, цены реализации и себестоимости продукции на прибыль:
- А) точки безубыточности и построения графика безубыточности
- Б) чистого дисконтированного дохода и индекса доходности
- В) внутренней нормы доходности
- Г) баланса денежных доходов и расходов
23. Раздел \_\_\_\_\_ бизнес-плана содержит обоснование экономических преимуществ объекта инвестиций, потребность в финансовых ресурсах, финансовые результаты, которые ожидают получить от реализации проекта:
- А) резюме
- Б) цель и описание проекта
- В) рынки сбыта и конкуренты
- Г) оценка инвестиционных рисков
24. Необходимые размеры финансирования проекта и источники покрытия всех затрат отражает:
- А) максимальный денежный отток
- Б) чистая текущая стоимость
- В) период возврата капитальных вложений
- Г) внутренний коэффициент эффективности
25. Одним из элементов плана маркетинга является:
- А) ценообразование
- Б) форма собственности
- В) поставщиков
- Г) состав необходимого оборудования

### Тестирование №3

1. Выбор приоритетов и направлений инновационной деятельности предприятия в соответствии с целями и интересами социальных групп предприятия осуществляется в рамках инновационного(-ой):
- А) политики
- Б) проекта
- В) программы
- Г) системы
2. Распространение однажды освоенной инновации в новых регионах, на новых рынках, называется \_\_\_\_\_ инновации:
- А) диффузией
- Б) продвижением
- В) инициацией
- Г) маркетингом
3. Сущность \_\_\_\_\_ функции инноваций заключается в том, что прибыль, полученная за счет реализации инновации, может использоваться по различным направлениям, в том числе и в качестве капитала:
- А) инвестиционной
- Б) воспроизводственной
- В) стимулирующей
- Г) распределительной

4. Инновации, позволяющие улучшить условия труда, отдыха, быта работающих, повысить безопасность и привлекательность труда, называются ...

- А) социальными
- Б) продуктовыми
- В) процессными
- Г) технологическими

5. Результатом проверки концепции идеи о выпуске нового товара считается:

- А) разработка торговой марки
- Б) выпуск опытного образца
- В) выпуск опытной партии
- Г) реклама новой продукции

6. Какие признаки из перечисленных ниже относятся к инновационной деятельности:

- А) создание и использование интеллектуального продукта
- Б) производство новой продукции на предприятии
- В) покупка новых станков
- Г) покупка новых автомобилей

7. Какие результаты интеллектуальной деятельности охраняются законодательством Российской Федерации:

- А) объекты научных теорий и математические методы
- Б) научные принципы и факты
- В) гипотезы
- Г) товарные знаки

8. Средства, направляемые на увеличение основных фондов и оборотного капитала в целях последующего получения конкретного результата, называются \_\_\_\_\_ инвестициями:

- А) реальными
- Б) финансовыми
- В) прямыми
- Г) портфельными

9. Индекс доходности дисконтированный равен:

- А) увеличенному на единицу отношению чистого дисконтированного дохода к накопленному дисконтированному объему инвестиций
- Б) уменьшенному на единицу отношению чистого дохода к накопленному дисконтированному объему инвестиций
- В) увеличенному на единицу отношению чистого дохода к накопленному дисконтированному объему инвестиций
- Г) уменьшенному на единицу отношению чистого дисконтированного дохода к накопленному дисконтированному объему инвестиций

10. Разность дисконтированных на один момент времени доходов и капитальных вложений определяют как:

- А) чистый дисконтированный доход
- Б) чистый доход
- В) индекс доходности
- Г) индекс доходности дисконтированный

11. Сроком окупаемости инвестиций является период:

- А) уравнивания накопленного дохода и величины вложенных средств
- Б) от начала выхода товара на рынок до получения прибыли, покрывающей капитальные затраты
- В) от начала разработки технической документации до начала производства
- Г) от начала производства до получения прибыли

12. Инвестиции, производимые при образовании предприятия, в начале жизненного цикла производства продукции, называются:

- А) нетто-инвестициями  
Б) реинвестициями  
В) брутто-инвестициями  
Г) портфельными инвестициями
13. Основной целью инвестирования в основной капитал предприятия не является:  
А) сокращение численности работников предприятия  
Б) повышение эффективности производства  
В) увеличение производственной мощности и рост объемов производства  
Г) охрана окружающей среды
14. Если чистый дисконтированный доход положительный, то дисконтированный индекс доходности:  
А) больше 1  
Б) меньше 1  
В) равен 0  
Г) меньше 0
15. Выберите наиболее точное определение инвестиции  
А) вложение финансовых средств в различные виды экономической деятельности с целью сохранения и увеличения капитала  
Б) приобретение ценных бумаг  
В) вложение денег на депозитные счета в банках  
Г) строительство новых предприятий
16. Какие инвестиции называются реальными?  
А) вложение финансовых средств в физический капитал предприятия (средства производства)  
Б) вложения в ценные бумаги  
В) покупка действующего предприятия путем приобретения контрольного пакета акций  
Г) капиталовложения в объекты недвижимости
17. Какие инвестиции называются портфельными?  
А) вложения в ценные бумаги  
Б) осуществленные за счет заемных средств  
В) осуществляемые за счет собственных средств  
Г) вложения капитала на расширение производства
18. Чем обусловлена необходимость оценки эффективности инвестиционных проектов?  
А) определением экономической целесообразности вложения капитала и сравнением альтернативных вариантов инвестиционных проектов  
Б) определением необходимого объема инвестиционного капитала  
В) определением срока действия проекта  
Г) рекламой бизнес-плана
19. В чем суть определения чистой текущей стоимости проекта (NPV)?  
А) сравнение денежных поступлений от реализации проекта с инвестиционными расходами, необходимыми для его реализации  
Б) определение совокупного дохода от реализации проекта  
В) определение совокупных инвестиционных издержек, необходимых для реализации проекта  
Г) из валового дохода вычитаются валовые издержки
20. В чем суть метода дисконтирования?  
А) приведение разновременных доходов и расходов к единому моменту времени  
Б) получение скидки (дисконта) при кредитовании инвестиционного проекта  
В) расчетное уменьшение дохода от инвестиционного проекта на величину инфляции  
Г) в распределении доходов во времени
21. Что такое рентабельность инвестиционного проекта?  
А) отношение прибыли от реализации проекта к инвестиционным расходам  
Б) отношение инвестиционных расходов к предполагаемой прибыли от реализации проекта

- В) разность между денежными поступлениями от реализации проекта и инвестиционными расходами
- Г) отношение собственного и заемного капитала, используемого в проекте
22. Что такое окупаемость инвестиционного проекта?
- А) период времени, за который первоначальные финансовые вложения, связанные с инвестиционным проектом, покрываются суммарными результатами от его осуществления
- Б) период времени, за который ожидается расходование всех инвестиционных ресурсов
- В) период времени, за который получены доходы, превышающие вложенные средства
- Г) период времени, в течение которого будут возвращены заемные средства
23. Что такое внутренняя норма доходности проекта?
- А) норма дисконта, при которой величина приведённых эффектов равна приведенным капиталовложениям
- Б) норма дисконта, при которой величина приведённых эффектов больше приведенных капиталовложений
- В) норма дисконта, при которой величина приведённых эффектов меньше приведенных капиталовложений
- Г) норма дисконта, равная банковской процентной ставке
24. Что представляет собой чистая текущая стоимость?
- А) чистый дисконтированный доход
- Б) валовой дисконтированный доход
- В) чистый доход за вычетом расходов
- Г) валовой доход за вычетом расходов
25. Какие показатели характеризуют эффективность использования инвестиций?
- А) приведенные затраты
- Б) норма прибыли
- В) фондоотдача
- Г) переменные издержки

### Задача №1.

1. По данным анализа тематической направленности проводимых в стране выставок, установлено, что на долю экспозиций, посвященных инновациям, приходится не более 10% их общего числа. Является ли данный показатель значимым для нашего государства? Какие меры по исправлению сложившейся ситуации Вы можете предложить?
2. Компания-производитель женского белья «Ева» первый раз участвует в крупной международной выставке товаров легкой промышленности с новыми коллекциями. Сотрудникам отдела маркетинга, работающим на экспозиции, необходимо провести первичную оценку эффективности выставки непосредственно во время её проведения. Среди поставленных задач – выявление интереса к продукции компании у посетителей, изучение их поведения, сбор другой информации о посетителях стенда. Предложите методы оценки эффективности выставочного проекта для данной организации.
3. Компании-производителю медицинского оборудования предложено принять участие в одной из профильных выставок, которая должна пройти в г. Краснодаре. Приоритетными направлениями в работе компании в настоящее время является поиск партнеров, выход на новые рынки, маркетинговая разведка, формирование имиджа. Сформулируйте цели и задачи участия в выставке для компании.

### Доклад, сообщение / Реферат №1.

1. Договорные отношения – основа предпринимательской деятельности.

2. Основные виды договоров (хозяйственные договора, договора с персоналом, финансовые договора).
3. Принципы заключения договоров.
4. Структура договора.
5. Ответственность при заключении договоров.
6. Решение спорных вопросов.
7. Изменение условий договора

### **Доклад, сообщение / Реферат №2.**

1. Основные участники выставочно-ярмарочного процесса и их взаимодействие.
2. Условия высокой эффективности выставки (ярмарки, конгресса).
3. Классификация выставок и ярмарок.
4. Подготовка к участию в торговой выставке (ярмарке): основы организации выставочного участия фирмы.
5. Анализ результатов выставочного участия.
6. Информационная база о выставках и ярмарках.
7. Определение основных целей выставочного участия и критерии выбора выставки.
8. Выбор выставки для участия компании.

### **Задания творческого уровня № 1**

#### **Разработка комплекса мероприятий рекламной кампании выставочного проекта или конгрессного мероприятия (по выбору студентов).**

*Цель работы:* формирование навыков разработки мероприятий рекламной кампании выставочного проекта или конгрессного мероприятия.

В ходе работы необходимо разработать комплекс мероприятий рекламной кампании выставочного проекта или конгрессного мероприятия (по выбору студентов). Рекламная кампания должна включать в себя ряд структурных элементов, включающих рекламу и продвижение выставочного или конгрессного мероприятия в средствах массовой информации, задействовать Интернет ресурсы в продвижении выставочного проекта или конгрессного мероприятия, наружную рекламу.

*План проведения лабораторной работы:*

1. Формирование рабочих групп (5-6 человек) – 10 минут;
2. Определение группами формы, названия, тематики мероприятия;
3. Работа в группах – 60 минут;
4. Презентации комплекса мероприятий рекламной кампании выставочного проекта или конгрессного мероприятия - регламент 10 минут;
5. Вопросы и замечания к проектам;
6. Обсуждение результатов работы;
7. Резюме.
8. Обсуждение результатов работы;
9. Резюме.

*Плановая продолжительность занятия:* 3 часа

*Примечание:* группа выполняет презентацию комплекса мероприятий рекламной кампании выставочного проекта или конгрессного мероприятия, участники других групп выступают в

качестве экспертов.

Комплекс мероприятий рекламной кампании выставочного проекта или конгрессного мероприятия должен включать следующие структурных элементы:

1. Рекламная кампания в СМИ как система целенаправленных рекламно-информационных акций (разработка рекламного текста и слогана мероприятия);
2. Применение Интернет в продвижении проекта;
3. Прямой маркетинг;
4. Работа на смежных и конкурентных выставках (для выставочного проекта);
5. Наружная реклама;
6. Официальный каталог выставки (для выставочного проекта);
7. Сувенирная и наградная продукция;
8. Рекламно-информационная работа с потенциальными экспонентами в период выставки (для выставочного проекта).

### **Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты / Эссе №1**

1. Влияние налоговой политики на изменение инновационного климата предприятия ВЯД.
2. Разработка маркетинговой стратегии управления предприятием ВЯД.
3. Инновационный менеджмент на предприятии ВЯД.
4. Инвестиционная политика в условиях кризиса и санкций.
5. Управление оборотным капиталом предприятия ВЯД в период кризиса.
6. Контроллинг, как инструмент управления.
7. Методы повышения инвестиционной привлекательности предприятия ВЯД.
8. Экономика организации, работающей в сфере услуг: маркетинг, финансы, нововведения и др.
9. Реализация инновационного потенциала организации в условиях кризиса.
10. Система оценки конкурентоспособности предприятия ВЯД и направления повышения конкурентоспособности российских предприятий.
11. Управленческий учет на предприятии ВЯД.
12. Анализ предприятия ВЯД с применением передовых инструментов (бенчмаркинг и т.д.).
13. Проблемы государственного регулирования деятельности организаций в переходной экономике.
14. Бизнес-моделирование деятельности предприятий выставочно-ярмарочной и конгрессной индустрии.

### **9.2. Примерный перечень тем курсовой работы**

1. Назначение выставок, их роль в современном обществе, в профессиональной сфере деятельности.
2. От базаров древнего мира к современным выставкам. История возникновения, становления и развития выставок.
3. Условия высокой эффективности ярмарки и выставки.
4. Основные позиции выставочной стратегии фирмы. Основные мероприятия на этапе разработки участия в выставке.
5. Методы сбора на выставке необходимой информации о конкурирующей фирме.
6. Организация конференции в программе выставки и участие в ней.
7. Эффективная информационная и коммерческая деятельность в процессе выставки.
8. Методы повышения инвестиционной привлекательности предприятия ярмарочно-выставочной и конгрессной деятельности.
9. Экономика организации, работающей в сфере услуг: маркетинг, финансы, нововведения и др.
10. Реализация инновационного потенциала выставки в условиях кризиса.
11. Система оценки конкурентоспособности предприятия ярмарочно-выставочной и конгрессной деятельности и

направления повышения конкурентоспособности российских предприятий. 12. Методические основы оценки эффективности деятельности предприятия ярмарочно-выставочной и конгрессной деятельности. 13. Сущность и организация финансов предприятия ярмарочно-выставочной и конгрессной деятельности. 14. Показатели финансовой устойчивости предприятия ярмарочно-выставочной и конгрессной деятельности

### **9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: экзамен**

#### **Примерный перечень теоретических вопросов к экзамену (Вопрос № 1)**

1. Сущность и роль планирования в условиях рыночной экономики.
2. Виды планирования, цель, задачи, содержание, порядок разработки планов.
3. Бизнес-план предприятия.
4. Производственная программа - раздел плана развития действующего предприятия.
5. Производственная мощность предприятия.
6. Имущество предприятия. Стоимость имущества предприятия.
7. Состав внеоборотных активов.
8. Экономическая сущность, состав и структура основных производственных фондов предприятия.
9. Виды оценок и переоценка основных фондов в условиях инфляции.
10. Виды износа и методы оценки износа основных фондов.
11. Амортизация основных фондов и методика расчета амортизационных отчислений.
12. Обновление основных фондов.
13. Показатели наличия, состояния, движения и обновления основных производственных фондов.
14. Показатели использования основных фондов.
15. Оборотные средства: оборотные фонды и фонды обращения. Их состав, структура, источники формирования.
16. Планирование потребности предприятия в оборотных средствах.
17. Показатели использования оборотных средств.
18. Кадровая политика предприятия в условиях рыночной экономики.
19. Понятие, состав и структура кадров предприятия.
20. Методы определения потребности в кадрах. Формы найма, подготовки и переподготовки кадров.
21. Организация труда на предприятии. Понятие производительности труда и показатели, ее определяющие. Методика их расчета.
22. Сущность и функции заработной платы.
23. Формы и системы оплаты труда.
24. Инновация как форма распространения в производства научно-технических достижений. Их роль и влияние на экономику предприятий.
25. Организация и планирование инновационной деятельности на предприятии.
26. Понятие и состав инвестиций. Классификация инвестиций.
27. Понятие инвестиционной деятельности предприятия.
28. Планирование инвестиций на предприятии: план портфельных и план реальных инвестиций (капитальных вложений).
29. Инвестиционный проект: понятие, содержание, подходы к оценке его эффективности.
30. Понятие, состав и виды издержек производства. Постоянные, переменные, валовые, предельные и средние издержки производства.
31. Классификация затрат на производство по экономическим элементам и калькуляционным статьям расходов.
32. Разработка концепций и стратегий продвижения конгрессных продуктов и услуг.
33. Основные методы продвижения конгрессных продуктов и услуг (комплекс Sales-Promotion:



---

реклама, стимулирование сбыта, PR (связи с общественностью), прямой маркетинг, личные продажи и др.).

34. Специфика работы с участниками, посетителями, представителями СМИ на этапах подготовки и продвижения конгрессных продуктов и услуг.

35. Методы оценки эффективности продвижения конгрессных продуктов и услуг.

36. Методы анализа и оценки эффективности результатов продвижения конгрессных продуктов и услуг (оценка прямой и обратной связи).

37. Экономико-организационные основы формирования и развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

38. Экономика предприятия конгрессной деятельности.

39. Анализ факторов и условий развития конгрессной деятельности в условиях конкуренции.

40. Основы формирования экономических отношений в сетевой конгрессной деятельности. Кластеризация.

41. Виды эффективности выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий.

42. Методы расчета эффективности выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий.

#### **Примерный перечень практических заданий к экзамену (Вопрос № 2)**

1. Охарактеризуйте основные принципы организации ярмарок.
2. Перечислите основные стадии организации выставки.
3. Раскройте особенности самостоятельной организации выставки.
4. Расскажите об особенностях организации рекламной кампании выставки.
5. Охарактеризуйте понятие и состав себестоимости продукции, её виды. Калькуляция себестоимости, её виды и назначение.
6. Охарактеризуйте понятие, экономическую сущность и содержание валового дохода предприятия.
7. Дайте характеристику прибыли как основной цели деятельности предприятия в условиях рыночной экономики, её функции, виды, порядок формирования и распределения.
8. Дайте характеристику рентабельности производственно-хозяйственной деятельности предприятия.
9. Перечислите методы расчета эффективности выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий.

#### **Примерный перечень практических заданий к экзамену (Вопрос № 3)**

1. Проведите оценку эффективности мероприятия.
2. Проведите оценку эффективности выставочного мероприятия.
3. Проведите оценку эффективности ярмарки.
4. Проанализируйте результаты проведения конгрессного мероприятия для эффективности будущих проектов.
5. Проанализируйте результаты проведения выставки для эффективности будущих проектов.
6. Проанализируйте результаты проведения ярмарки для эффективности будущих проектов.

43.03.01 Сервис, направленность (профиль) "Конгрессно-выставочная деятельность"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.11 Экономика выставочно-ярмарочной и конгрессной индустрии

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
Вопрос №1 Теоретический вопрос (проверяет знания («знать»), сформированные дисциплиной)	ПК-4 ПК-5	<p>Знает принципы, методы и технологию разработки видения и концепции проекта в сфере конгрессно-выставочных услуг; принципы, методы и технологию бизнес-планирования и его особенности в конгрессно-выставочной деятельности; современные подходы к управлению бизнес-проектами, календарному планированию, бюджетированию и экономическим расчетам проекта, современные методы управления рисками, в том числе особенности управления рисками в конгрессно-выставочном бизнесе; выставочный менеджмент; историю развития сферы конгрессно-выставочных услуг; основные экономические и финансовые показатели эффективности конгрессно-выставочной деятельности; современные методы оценки эффективности бизнес-планов и инвестиционных проектов.</p> <p>Знает классификацию выставочных мероприятий; виды, специфику и характеристику конгрессно-выставочных мероприятий, основные этапы организации выставки; организационные основы выставочной деятельности, структуру выставок, особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками выставочной деятельности; понятие, виды и технологии организации выставочной деятельности, терминологию, применяемую в конгрессно-выставочной деятельности; экономические аспекты выставочной деятельности; структуру бизнеса и распределения доходов, экономические и правовые аспекты сервисной деятельности; основы организации и планирования деятельности предприятий сервиса; основы управления персоналом, основы тайм-менеджмента.</p>	30

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
Вопрос №2 Практическое задание (проверяет умения («уметь»), проверяет практические навыки («владеть»), сформированные дисциплиной)	ПК-4 ПК-5	<p>Умеет рассчитывать производственную программу, проектные мощности, ресурсное обеспечение процесса оказания услуг в конгрессно-выставочной деятельности; определять приоритеты и ключевые факторы эффективности конгрессно-выставочного мероприятия; планировать издержки и финансовые результаты конгрессно-выставочного мероприятия; составлять бизнес-планы; оценивать целесообразность реализации бизнес-плана с помощью современных методов оценки эффективности проектов, определять ключевые факторы, влияющие на получение целевых коммерческих результатов, анализировать риски организации конгрессно-выставочного мероприятия.</p> <p>Владеет навыками разработки бизнес-планов для конгрессно-выставочных мероприятий; методами планирования в конгрессно-выставочной деятельности; разрабатывать или актуализировать концепции проекта конгрессно-выставочного мероприятия, обосновывать выбор места проведения мероприятия с учетом особенностей его концепции, разрабатывать бизнес-план проекта мероприятия в сфере конгрессно-выставочных услуг, разрабатывать концепцию бизнес-планов ключевых деловых мероприятий в программе конгрессно-выставочного мероприятия; навыками расчета производственной программы, проектных мощностей, ресурсного обеспечения процесса оказания услуг; навыками расчета основных экономических и финансовых показателей эффективности конгрессно-выставочной деятельности.</p> <p>Умеет использовать информацию о конгрессно-выставочных мероприятиях в современном мире; Производить экономический анализ рисков выставочного участия; применять общие критерии при осуществлении оценки экономической эффективности и целесообразности организации выставки (выставочного стенда); планировать издержки и финансовые результаты деятельности по организации выставочного стенда; работать в команде и мотивировать персонал выставочного мероприятия.</p> <p>Владеет методикой организации выставки; приемами и методами приобретения новых знаний по конгрессно-выставочной деятельности; приемами экономического анализа участия предприятия в выставке; способен применять эффективные методы мотивации команды выставочного мероприятия.</p>	30

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
<p>Вопрос №3 Практическое задание (проверяет умения («уметь»), проверяет практические навыки («владеть»), сформированные дисциплиной)</p>	<p>ПК-4 ПК-5</p>	<p>Умеет рассчитывать производственную программу, проектные мощности, ресурсное обеспечение процесса оказания услуг в конгрессно-выставочной деятельности; определять приоритеты и ключевые факторы эффективности конгрессно-выставочного мероприятия; планировать издержки и финансовые результаты конгрессно-выставочного мероприятия; составлять бизнес-планы; оценивать целесообразность реализации бизнес-плана с помощью современных методов оценки эффективности проектов, определять ключевые факторы, влияющие на получение целевых коммерческих результатов, анализировать риски организации конгрессно-выставочного мероприятия.</p> <p>Владеет навыками разработки бизнес-планов для конгрессно-выставочных мероприятий; методами планирования в конгрессно-выставочной деятельности; разрабатывать или актуализировать концепции проекта конгрессно-выставочного мероприятия, обосновывать выбор места проведения мероприятия с учетом особенностей его концепции, разрабатывать бизнес-план проекта мероприятия в сфере конгрессно-выставочных услуг, разрабатывать концепцию бизнес-планов ключевых деловых мероприятий в программе конгрессно-выставочного мероприятия; навыками расчета производственной программы, проектных мощностей, ресурсного обеспечения процесса оказания услуг; навыками расчета основных экономических и финансовых показателей эффективности конгрессно-выставочной деятельности.</p> <p>Умеет использовать информацию о конгрессно-выставочных мероприятиях в современном мире; Производить экономический анализ рисков выставочного участия; применять общие критерии при осуществлении оценки экономической эффективности и целесообразности организации выставки (выставочного стенда); планировать издержки и финансовые результаты деятельности по организации выставочного стенда; работать в команде и мотивировать персонал выставочного мероприятия.</p> <p>Владеет методикой организации выставки; приемами и методами приобретения новых знаний по конгрессно-выставочной деятельности; приемами экономического анализа участия предприятия в выставке; способен применять эффективные методы мотивации команды выставочного мероприятия.</p>	<p>40</p>