Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Факультет маркетинга, рекламы и сервиса

Кафедра сервиса

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой сервиса
Протокол от «4» сентября 2017 г.
№ 1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.11.1 Выставочная деятельность

направление подготовки
43.03.01 – Сервис
направленность (профиль) "Социально-культурный сервис"

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора – 2016

Москва, 2017 г.

Автор-составитель:

В.В. Алейников

Заведующая кафедрой сервиса, канд. экон. наук, профессор Красюк И.Н.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
   6.1. Основная литература
   6.2. Дополнительная литература
   6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
   6.4. Нормативные правовые документы
   6.5. Интернет-ресурсы
   6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

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

1.1. Дисциплина «Выставочная деятельность» обеспечивает овладение следующей компетенцией с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-6	готовность к применению современных сервисных технологий в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей	ПК-6.1	готовность к подготовке, организации и проведению выставок и ярмарок; изучению типов выставок и ярмарок; типов экспонентов и посетителей; поведению персонала на стенде; формированию навыков применения полученных знаний в практической деятельности предприятий сервиса; активизации творческой деятельности студентов, развитие чувства стиля и гармонии; формированию навыков применения полученных знаний в практической деятельности предприятий индустрии моды

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ПС-33.019 А Операционная деятельность по организации торгово-промышленных выставок В Управление проектом торгово-промышленной выставки	ПК-6.1	**на уровне знаний:** выставки, ярмарки, выставочно-ярмарочные мероприятия; возникновение выставочно-ярмарочной деятельности; специфика проведения ярмарок/выставок в разных странах в разные периоды времени; нормативно-правовая и материально-технической база организации выставок, значение ярмарок и выставок в современном мире, цели проведения и цели участия в них экспонентов и посетителей; социально-экономические функции выставочной деятельности; организация послевыставочной фазы; **на уровне умений:** ориентироваться в большом многообразии современных выставочно-ярмарочных мероприятий; оценивать выставочно-ярмарочные мероприятия по необходимым критериям; **на уровне навыков:** разработки концепции выставочного мероприятия; применения проектных технологий; выбора выставки (в зависимости от места проведения, кто является организатором выставки, в который раз проводится данная выставка,

		какие еще организации будут в ней участвовать в качестве экспонентов).

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		Объем дисциплины, час.		
		Всего	Семестр	
			7	8
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		***36***	***36***	
лекционного типа (Л)		***18***	***18***	
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)				
практического (семинарского) типа (ПЗ)		***18***	***18***	
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		***72***	***72***	
Промежуточная аттестация	**форма**	***зачет с оценкой***	***зачет с оценкой***	
	час.			
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		***108/3***	***108/3***	

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.11.1 «Выставочная деятельность» осваивается в 7 семестре по очной форме обучения, общая трудоемкость – 3 зачетные единицы.

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний в области формирования технологий процесса сервиса и развития клиентских отношений и ключевых направлений процесса взаимодействия с покупателями/клиентами, а также на приобретенные ранее умения и навыки, полученные при изучении дисциплин обязательной части.

Дисциплина реализуется после изучения дисциплины Б1.В.ОД.15 «Коммуникативная политика компании».

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

3. Содержание и структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины, час.					Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий			СР	
			Л	ЛР	ПЗ		
Тема 1	Введение в дисциплину	12	2		2	8	
Тема 2	Эволюция торговых выставок и ярмарок	12	2		2	8	Э
Тема 3	Правовое регулирование выставочного дела	12	2		2	8	
Тема 4	Маркетинг выставок и ярмарок	12	2		2	8	Ситуации
Тема 5	Рекламные и PR-	12	2		2	8	Д

	технологии в выставочной деятельности						
Тема 6	Планирование участия в выставке	12	2		2	8	
Тема 7	Организация участия в выставке	12	2		2	8	С
Тема 8	Проведение выставки	12	2		2	8	Э
Тема 9	Послевыставочная работа	12	2		2	8	
Промежуточная аттестация							Проект, зачет с оценкой
	Всего:	**108**	**18**		**18**	**72**	

Примечание:
** - формы текущего контроля: эссе (Э), ситуации (С), диспут (Д).*

Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в дисциплину

Основы организационно-выставочной деятельности. Терминология выставочно-ярмарочной деятельности. Понятие торговой ярмарки (ярмарки-выставки) и торгово-промышленной выставки. Основные отличительные черты между торгово-промышленными выставками и торговыми ярмарками. Виды торговых ярмарок/выставок. Международная классификация выставок. Субъекты выставочной деятельности, и их коммуникационное взаимодействие: экспонент, устроитель, посетитель. Функции выставочной деятельности: социальные, экономические, просветительские и др. Значение торговых ярмарок/выставок. Выставочная деятельность как форма возникновения деловых коммуникаций. Современные тенденции выставочного дела.

Тема 2. Эволюция торговых выставок и ярмарок

Особенности возникновения и проведения выставок в древности. Ярмарки в Средневековой Европе. Влияние промышленной революции на развитие выставочной деятельности. Ярмарочный фольклор в России. Появление выставок в России. Первая российская мануфактурная выставка в Петербурге (1829). Развитие деятельности проведения выставок/ярмарок в Европе. Эволюция в области торговых выставок/ярмарок. Типы европейских ярмарок. Развитие выставок в XX веке. Промышленные выставки в Петербурге, Москве и Нижнем Новгороде, их значение для экономического подъема в России в начале XX века. Изменение политической, демографической, экономической и технологической конъюнктуры в начале XX века и изменение характера торговых выставок и ярмарок. Тенденции и динамика развития выставочной и ярмарочной деятельности в современном мире. Современные международные выставочные центры.

Тема 3. Правовое регулирование выставочного дела

Законодательная и нормативно-правовая база выставочной деятельности. Особенности правовых норм участия в российских выставках. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации. Порядок участия российских организаций в выставках за рубежом. Парижская конвенция 1928 года о международных выставках. Соглашение с государствами-участниками СНГ "О развитии выставочно-ярмарочной деятельности в Содружестве Независимых Государств" от 26.05.1995г. Таможенная конвенция о КАРНЕТЕ А.Т.А. для временного ввоза товаров (Брюссель, 06.12.1990г.). Конвенция о временном ввозе (Стамбул, 26.06.1990г.). Правила участия зарубежных компаний в выставках на территории РФ. Порядок обмена опытом

выставочной деятельности. «Промышленный» шпионаж на выставках. Информационно-промышленное противоборство.

Тема 4. Маркетинг выставок и ярмарок

Выставка как инструмент маркетинговых исследований. Преимущества торговых ярмарок/выставок по сравнению с другими средствами маркетинговых коммуникаций. Место ярмарок/выставок в комплексе маркетинга: позиционирование организации-экспонента; изучение рыночных трендов, ценовой и покупательской политики; стимулирование продаж; исследование потребителей и конкурентов; поиск партнеров. Оценка экономической эффективности участия в выставке.

Тема 5. Рекламные и PR-технологии в выставочной деятельности

Выставки как инструмент рекламы, паблик рилейшнз. Сущность, цели и функции рекламной деятельности на выставках. Рекламные технологии на выставках. Формы, виды и средства рекламы на выставках и ярмарках. Имидж фирмы и его формирование на выставке. Паблик рилейшнз в процессе подготовки и проведения выставки. Подготовка и издание официального каталога выставки, буклетов и проспектов. Пресс- конференция для СМК до открытия выставки. Разработка и рассылка пресс- релизов. Презентация экспозиций. Проведение брифингов. Оценка эффективности рекламы на выставке.

Тема 6. Планирование участия в выставке

Фазы принятия решения об участии. Предпосылки и причины участия. Определение целей участия в выставке: установление контактов; совершения торговых сделок, презентация товаров; установления коммуникаций, сбыт товаров; исследование рынка; исследование товара; исследование рекламно- пропагандистской деятельности; исследование политики и методов коммуникации. Выбор подходящей ярмарки/выставки. Основные критерии оценки ярмарок/выставок: стоимость услуг, место проведения, динамика основных показателей ярмарки/выставки, происхождение и состав экспонентов по количеству и типу, происхождение и состав посетителей. Определение способа участия в ярмарке/выставке: самостоятельное участие, групповое участие (национальные павильоны). Факторы, определяющие способ участия в ярмарке/выставке. Определение стоимости участия в выставке. Составление сметы и ее основные статьи расходов. Спонсирование выставок. Привлечение инвестиций в выставочной деятельности.

Тема 7. Организация участия в выставке

Техника организации участия в ярмарке/выставке. Условия успешного участия в ярмарке/выставке. Разработка концепции выставки. Рабочий план подготовки и проведения выставки. Отбор персонала на выставку. Распределение функциональных обязанностей. Подготовка персонала, участвующему на выставке. Установление контактов с администрацией выставки. Документационное обеспечение участия в выставке. Разработка форм заявок, условий участия и договоров с участниками выставок. Экспонаты как одно из самых важных средств передачи коммерческого сообщения экспонента. Определение состава, количества и стоимости экспонатов. Принципы отбора экспонатов. Оценка факторов, влияющих на имидж экспонатов. Транспортировка экспонатов. Определение способа перевозки. Выбор упаковочных материалов для транспортировки. Подготовка грузовой и таможенной документации. Определение стоимости перевозки. Организация стенда. Понятие стенда. Размеры стенда, факторы, влияющие на его размер: количество и вид экспонатов; ожидаемое количество посетителей; особые запросы экспонента; размеры и авторитет фирмы; размеры стендов конкурентов. Расположение стенда. Правила размещения стенда. Типы стендов: стенды, расположенные в закрытом помещении – линейный стенд, угловой стенд, «полуостров», «остров», «сквозной», «визави»; стенды на открытом воздухе. Проектирование стенда. Правила проектирования

стенда. Творческие элементы оформления стенда. Цветовое оформление стенда. Факторы, определяющие выбор цветов. Цветовая гамма и ее влияние на психологическую реакцию посетителей и физиологические последствия. Освещение и его влияние на создание атмосферы стенда. Виды освещения и их характеристика: общее, специальное, широкого радиуса, плотного пучка. Графические и аудио-визуальные средства оформления стенда. Эффективность графических и пояснительных элементов оформления стенда в зависимости от их размеров, выражающих соотношение высоты их размещения и расстояния, с которого они могут быть замечены. Определение звуковых средств передачи информации.

Тема 8. Проведение выставки

Организация церемонии открытия выставки. Определение режима работы выставки. Действия персонала во время работы ярмарки/выставки. Работа на территории выставки и за ее пределами. Сбор информации, наблюдение за поведением конкурентов, пропаганда имиджа предприятия и т.д. Общение со СМИ. Организация пресс-конференции, интервью. Составление пресс-релиза. Обслуживание посетителей выставки. Определение и оценка первичных и вторичных потребностей посетителей. Типы посетителей с точки зрения их поведения и работа с ними: рационалисты, «фланеры», неуверенные в себе, своевластные, нервозные, новаторы, консерваторы, случайные, «туристы», «воображалы», «проспектоеды», застенчивые, «франты», «грубияны», «шпионы». Посетители промышленных выставок и ярмарок, их типы и характеристика: активные, целеустремленные, случайные, реалисты. Показ экспонатов и способы их демонстрации. Деловые встречи дирекции, организация переговоров, подписание договоров. Коммуникация с посетителями. Факторы успеха коммуникации. Требования к коммуникациям на стенде. Принципы правильной коммуникации с посетителями. Устное мастерство. Культура и техника речи. Подготовка тезисов и конспекта выступления персонала, работающего на стенде. Особенности приемов рассказа и ответов на вопросы на стенде. Разработка бюллетеня посетителя. Организация смотров-конкурсов, дегустаций, награждение участников выставки и экспонентов. Закрытие выставки. Типовые ошибки при проведении выставки.

Тема 9. Послевыставочная работа

Анализ контактов и информации, полученной от посетителей и конкурентов; оценка замечаний, реакций и общей критики со стороны посетителей. Подготовка отчетов. Выбор перспективных клиентов. Заключение послевыставочных контактов. Подведение итогов. Методы оценки эффективности участия в выставке. Предварительное решение на участие в следующей выставке.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:
метод проблемного изложения, фронтальные и комбинированные опросы;

– при проведении занятий семинарского типа:

- подготовка эссе;

- проведение диспута;
- решение ситуаций.

4.1.2. Зачет с оценкой проводится в письменной форме в виде ответа на вопросы и защиты проекта по обоснованию выбора и участия предприятия СКС в выставке.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Темы диспутов

1. Новые формы проведения выставок.
2. История зарождения выставок\ярмарок в России.
3. Эволюция в области торговых ярмарок за рубежом.
4. Классификация выставочных мероприятий.
5. Оформление выставочного стенда.
6. Работа персонала экспонента во время выставки
7. Профессиональная компетентность и психологические навыки стендиста.
8. Основные типы посетителей выставок.
9. Подходы и методы изучения, анализа и оценки удовлетворенности потребителей.
10. Сущность и значение выставочной деятельности.
11. Защита интеллектуальной собственности, демонстрируемой на выставках.
12. Риски в выставочной деятельности.
13. Связи с общественностью. Их роль в организации выставочной деятельности.
14. Современные системы управления ресурсами выставочной организации.
15. Выставочный менеджер и характер требований к нему.
16. Рекламные технологии в выставочной деятельности
17. Формы, виды и средства рекламы, принципы их использования.
18. Работа менеджера предприятия с рекламными агентствами.
19. Выставка как значимый инструмент маркетинга.

Темы эссе

1. Определите основных участников выставочной деятельности, охарактеризуйте понятие «выставочная деятельность» для каждого из них.
2. Основные тенденции развития современной выставочной деятельности.
3. Современное рекламное сопровождение выставочной деятельности.
4. В чем заключаются преимущества выставки в продвижении предприятия?
5. Как формируется целевая направленность выставочной деятельности?
6. Перечислите функции выставки среди инструментов маркетинга.
7. Перечислите и охарактеризуйте следующие цели участия в выставке: коммуникативные, ценообразования, распределения, товарной политики.
8. Основные стадии подготовительно-организационного периода выставки.
9. Необходимость организации информационного центра и сервис-бюро в выставочном центре.
10. Организация участия предприятия в выставках: цели участия, критерии выбора выставочного мероприятия, организация подготовки персонала.
11. Виды выставочных стендов, приведите примеры.
12. Основные способы привлечения внимания посетителей к стенду.
13. Основные приемы, используемые при демонстрации экспонатов на выставке.
14. Организация контактов с потенциальными партнерами на выставке.
15. Значимость проведения маркетинговых исследований на выставке.
16. Основные мероприятия, организуемые после выставки.

17. Итоги участия предприятия в выставочном мероприятии: положительные и отрицательные.
18. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в РФ.
19. Международное сотрудничество в выставочной сфере.
20. Работа персонала на выставочном стенде.
21. Роль выставок в изучении конкурентов.
22. Эффективность взаимодействия экспонентов и посетителей на выставке.
23. Имидж фирмы и его формирование на выставке.
24. Паблик рилейшнз в процессе подготовки и проведения выставки.

Примеры ситуаций

Ситуация 1.

Компания-производитель детской одежды «Солнышко» на протяжении нескольких лет является постоянным участником специализированных выставок. Для того чтобы увеличить количество дилеров среди своих клиентов, руководство компании приняло решение об участии на выставке детской одежды и товаров для детей в Екатеринбурге, которая позиционировалась как оптовое экспомероприятие. За несколько дней до начала работы выставки выяснилось, что далеко не все экспоненты являются представителями данного рынка, к тому же из-за присутствия на ней представителей розничной торговли выставка носит, скорее, оптово-розничный характер.

Сотрудникам компании, присутствующим на выставке, необходимо срочно найти оригинальное маркетинговое решение, способствующее привлечению целевых потребителей.

Предложите свои варианты.

Ситуация 2.

Мебельная компания «Style» является участником крупнейших мебельных выставок России. Участвуя в одной из выставок в Санкт-Петербурге, «Style» выбрала в качестве выставочной стратегии - проникновение на рынок. Необходимо стимулировать продажи с помощью существующих товаров. Цели участия в выставке у «Style» по отношению к новым клиентам – мотивировать их совершить закупки; по отношению к старым – осуществлять более высокие продажи.

Компании нужно разработать выставочные маркетинговые технологии, ориентированные на покупателя.

Ситуация 3.

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 ее 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.

Ситуация 4.

Компании-производителю медицинского оборудования предложено предложение принять участие в одной из профильных выставок, которая должна пройти в г. Киеве. Приоритетными направлениями в работе компании в настоящее время является поиск новых партнеров, выход на новые рынки, маркетинговая разведка, формирование имиджа.

Сформулируйте цели и задачи участия в выставке для компании.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-6	готовность к применению современных сервисных технологий в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей	ПК-6.1	готовность к подготовке, организации и проведению выставок и ярмарок; изучению типов выставок и ярмарок; типов экспонентов и посетителей; поведению персонала на стенде; формированию навыков применения полученных знаний в практической деятельности предприятий сервиса; активизации творческой деятельности студентов, развитие чувства стиля и гармонии; формированию навыков применения полученных знаний в практической деятельности предприятий индустрии моды

Этап освоения компетенции	**Показатель оценивания**	**Критерий оценивания**
ПК-6.1	Выбирает выставку для предприятия определенной сферы деятельности и разрабатывает программу ее выставочного участия; представляет сервисные услуги на выставке; определяет количество экспонатов; оценивает результаты и эффективность проведения выставочно-ярмарочных мероприятий; определяет историю возникновения и сущность моды, теоретические основы феномена моды; выявляет идеи и концепции моды, дизайна, стиля XIX – XX веков и в современную эпоху; выявляет особенности и	Выбрана выставка в соответствие со сферой деятельности предприятия; разработана концепция участия в выставке; разработана программа участия в выставки со стороны экспонента; спланирован выставочный процесс; разработаны проектные технологии в подготовке и организации выставок и экспозиций; оценены результаты участия в выставке; представлена информация об истории возникновения моды; выявлены основные идеи и концепции моды, дизайна, стиля XIX – XX веков и в современную эпоху; выявлена специфика концернов индустрии моды

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
	специфику предприятий/ концернов индустрии моды	

4.3.2. Типовые оценочные средства

При ответе на вопрос
сформулируйте и обоснуйте свою позицию,
приведите конкретные примеры:

1. Основные этапы разработки выставочной экспозиции.
2. Назначение выставок, их роль в современном обществе, в профессиональной сфере деятельности.
3. От базаров древнего мира к современным выставкам. История возникновения, становления и развития ярмарок и выставок.
4. Характер и роль сопутствующих мероприятий, проводимых одновременно с выставками и ярмарками.
5. Основные характеристики выставки: их значение и взаимосвязь.
6. Условия высокой эффективности ярмарки и выставки.
7. Значение и необходимость классификации выставок по различным характеристикам.
8. Основные характеристики всемирных торговых выставок.
9. Функции выставочной деятельности.
10. Субъекты выставочной деятельности, и их коммуникационное взаимодействие.
11. Фазы принятия решения об участии. Предпосылки и причины участия.
12. Цели участия фирмы в выставке и ярмарке.
13. Деловые и научные мероприятия на выставке: цели и задачи.
14. Предвыставочный PR и реклама предприятия – участника.
15. Классификация выставок по отношению к выставочному пространству.
16. Презентация услуг и условий сотрудничества в рамках выставки.
17. Основные позиции выставочной стратегии фирмы. Основные мероприятия на этапе разработки участия в выставке.
18. Методы сбора на выставке необходимой информации о конкурирующей фирме.
19. Роль и функции менеджера по выставочной работе.
20. Распространение рекламно-информационных материалов на выставке вне стенда: цели и методы.
21. Основные этапы проектирования и создания выставочной экспозиции.
22. Основные результаты, определяющие успех участия фирмы в выставке.
23. Привлечение посетителей на стенд компании: формы и методы.
24. Типы посетителей на выставке и варианты работы с ними.
25. Задачи дизайна выставочной экспозиции.
26. Обязательные и дополнительные услуги, предоставляемые организаторами выставки ее участникам.
27. Особенности видов перспективы и их использование в выставочном дизайне.
28. Роль освещения в дизайне выставочной экспозиции и используемые технические средства.
29. Организация и проектирование стенда. Графические и аудио-визуальные средства оформления стенда.
30. Стендист на выставке: требования к профессиональным и личностным качествам.
31. Композиция в выставочном дизайне.
32. Обязательные элементы в фирменной выставочной одежде.

33. Эффективный PR-менеджер стенда: функции и обязанности.
34. Организация пресс-конференции, интервью. Составление пресс-релиза.
35. Формы организации зоны недоступности в выставочной экспозиции.
36. Основные мероприятия, осуществляемые участником выставки по организации своей выставочной экспозиции.
37. Контроль и стимулирование работы стендистов.
38. Экономический и коммуникационный эффект выставки.
39. Эффективное использование запаха в качестве рекламного средства в выставочном пространстве.
40. Влияние потока посетителей в выставочном пространстве на восприятие каждым из них выставочных экспозиций.
41. Печатная реклама как основное средство воздействия на потенциального партнера.
42. Стимулирование и мотивация выставочного персонала.
43. Главные критерии оценки и отбора выставочного персонала.
44. Обязательные элементы в фирменной выставочной одежде.
45. Особенности различных вариантов рабочего места в выставочном павильоне по отношению к потоку посетителей.
46. Требования к напольному покрытию в выставочном павильоне.
47. Организация конференции в программе выставки и участие в ней.
48. Организация презентации экспонента в рамках программы выставки.
49. Протокольные нормы в общении с посетителями стенда.
50. Организация смотров-конкурсов, дегустаций, награждение участников выставки и экспонентов.
51. Основные методы выставочной работы и возможностями, реализуемые фирмой в выставочных условиях для продвижения ее предложений и укрепления имиджа.
52. Инновационные методы в выставочно-ярмарочных технологиях продвижения товаров экспонентов к их потенциальным потребителям.
53. Эффективная информационная и коммерческая деятельность в процессе выставки.
54. Содержание послевыставочной работы и ее значение для успешного результата участия в выставке.
55. Закрытие выставки. Типовые ошибки при проведении выставки.
56. Выставка как инструмент маркетинговых исследований.

Задание для зачета (проект по обоснованию участия предприятия в выставке)

Вы представляете компанию, которая собирается принять участие в выставке (сферу деятельности компании предложите сами).

Вам следует выполнить следующее:

1. Описать компанию.
2. Выбрать выставку и обосновать этот выбор.
3. Разработать цели и задачи участия в выставке.
4. Рассмотреть все этапы организации выставки для экспонента на примере предложенной вами компании.
5. Составить и по возможности описать план участия в выставке (рассмотреть те пункты, которые возможно сделать в рамках данного задания).
6. Расскажите, какой стенд выберете, как будете привлекать посетителей, СМИ, участие в деловой программе, возможные мероприятия на стенде, информационные материалы, сувениры и т.п.
7. Рассчитать возможные затраты на участие в выставке.

Шкала оценивания

	Требования к знаниям

Оценка	
зачтено с оценкой 5, «отлично»	Зачтено с оценкой «отлично» выставляется студенту, если: - Выбрана выставка в соответствие со сферой деятельности предприятия; - Разработана концепция участия в выставке; - Разработана программа участия в выставки со стороны экспонента; - Спланирован выставочный процесс; - Разработаны проектные технологии в подготовке и организации выставок и экспозиций; - Оценены результаты участия в выставке.
зачтено с оценкой 4, «хорошо»	Зачтено с оценкой «хорошо» выставляется студенту, если он: - твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения; - демонстрирует понимание специфики выставочной деятельности и важности участия для предприятия СКС, усвоил основные этапы участия в выставке, при ответе на зачетный билет демонстрирует знание основных участников выставки и их роль в организации и проведении выставки, однако ответ носит слишком обобщенный и описательный характер; - учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.
зачтено с оценкой 3, «удовлетворительно»	Зачтено с оценкой «удовлетворительно» выставляется студенту, если он: - имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ; - имеет лишь общие представления о рассматриваемом вопросе, владеет терминологией выставочной деятельности в ограниченном объеме, не понимает характера взаимодействия участников выставочного процесса; - учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения программным материалом.
не зачтено	«Не зачтено» выставляется студенту, который: - не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы (как правило, оценка «не зачтено» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине);

	- в семестре студент не выполнил положенного объема самостоятельной работы, систематически пропускал занятия, зачетный ответ носит фрагментарный характер; - учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют невысокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.

4.4. Методические материалы

Занятия по дисциплине «Выставочная деятельность» представлены следующими видами работы: лекции, практические занятия и самостоятельная работа студентов.

На практических занятиях студенты выполняют задания, связанные с организацией проведения выставок, обсуждением отдельных вопросов, выступлением и участием в диспутах, разбором ситуаций, обсуждением эссе.

В рамках самостоятельной работы студенты готовят самостоятельно вопросы, готовятся к семинарским занятиям, осуществляют подготовку к зачету с оценкой.

Текущая аттестация по дисциплине «Выставочная деятельность» проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Активность студента на занятиях оценивается по его выступлениям по вопросам практических занятий на диспутах, при решении ситуаций, при проведении коллоквиумов и написании эссе.

Студент допускается к зачету по дисциплине в случае выполнения им учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины (по формам текущего контроля). В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия в соответствии с требованиями. Оценка знаний студента на зачете носит комплексный характер, является балльной и определяется его:

- ответом на зачете;
- учебными достижениями в семестровый период.

Оценка ***работы студента на семинарских занятиях*** осуществляется по следующим критериям:

- Отлично - активное участие в обсуждении проблем каждого семинара, самостоятельность ответов, свободное владение материалом, полные и аргументированные ответы на вопросы семинара, участие в дискуссиях, твёрдое знание лекционного материала, обязательной и рекомендованной дополнительной литературы, регулярная посещаемость занятий.
- Хорошо - недостаточно полное раскрытие некоторых вопросов темы, незначительные ошибки в формулировке категорий и понятий, меньшая активность на семинарах, неполное знание дополнительной литературы, хорошая посещаемостью.
- Удовлетворительно - ответы отражают в целом понимание темы, знание содержания основных категорий и понятий, знакомство с лекционным

материалом и рекомендованной основной литературой, недостаточная активность на занятиях, оставляющая желать лучшего посещаемость.

– Неудовлетворительно - пассивность на семинарах, частая неготовность при ответах на вопросы, плохая посещаемость, отсутствие качеств, указанных выше для получения более высоких оценок.

Критерии правильности ответов на вопросы для диспута:

При оценке ответов на вопросы диспута учитывается в первую очередь уровень теоретической подготовки студента, а также умение высказывать свое мнение, отстаивать свою позицию, слушать и оценивать различные точки зрения, конструктивно полемизировать, находить точки соприкосновения разных позиций.

Критерии оценки эссе:

Оценка **«неудовлетворительно»** предполагает:

- полученные результаты не соответствуют поставленной цели,
- актуальность избранной темы не обоснована.

Оценка **«удовлетворительно»** предполагает:

- полученные результаты **в значительной степени** соответствуют поставленной цели, в частности,
- обоснована актуальность избранной темы,
- в процессе анализа литературы отобраны наиболее важные источники,
- материал подан логически непротиворечиво,
- требования по оформлению работы в основном выполнены.

Оценка **«хорошо»** ставится в том случае, если:

- полученные результаты **преимущественно** соответствуют поставленной цели и задачам,
- обоснована актуальность темы,
- в процессе анализа литературы отобран и проанализирован широкий круг источников,
- полученные результаты в целом логичны, доказательны и систематизированы,
- оформление работы в целом соответствует существующим требованиям,
- высказана личностная позиция по теме.

Оценка **«отлично»** предполагает:

- полученные результаты **полностью** соответствуют поставленной цели,
- проведен детальный анализ источников с привлечением фрагментов первоисточников по теме,
- выводы автора самостоятельны и аргументированы,
- содержание работы полностью отражает узловые проблемы темы,
- оформление работы полностью отвечает всем требованиям.

Критерии оценивания ответа студента при решении ситуаций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если демонстрируются: умения использовать системный и ситуативный подходы, представить аргументированное рассуждение по проблеме, получить и обработать дополнительные данные; определять цели, задачи, результаты предстоящей деятельности, причины возникновения ситуации, проблемы; понимать более широкий контекст, в рамках которого находится ситуация: её святи с другими проблемами, определять риски, трудности при разрешении проблемы, подготовить программу действий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если демонстрируются: умения использовать системный и ситуативный подходы, представить определённые аргументы рассуждения по проблеме, получить и обработать дополнительные данные; определять цели, задачи, результаты предстоящей деятельности, причины возникновения ситуации, проблемы и её святи с другими проблемами, определять некоторые риски, трудности при разрешении проблемы, подготовить программу действий.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если демонстрируются: умения представить рассуждения по проблеме, определять цели, задачи, результаты предстоящей деятельности, определять возможные связи проблемы с другими проблемами, частично описать программу действий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если демонстрируются: разрозненные аргументы по проблеме или аргументы отсутствуют, неумение определять цели, задачи, результаты предстоящей деятельности, святи проблемы с другими проблемами, программа действий содержит серьезные ошибки или отсутствует.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Практические занятия дисциплины предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий. С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, т.к. она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к зачету с оценкой. К зачету с оценкой необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов для зачета.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета с оценкой.

Вопросы для самоподготовки

1. Сформулируйте особенности проведения первых торгово-промышленных выставок.
2. Какие выставки и ярмарки стали центрами международной торговли и почему.
3. Перечислите характерные черты организации выставочных городов.
4. Предложите периодизацию выставочно-ярмарочной деятельности в России.
5. Назовите основные российские города – выставочные центры.
6. В чем заключаются отличительные особенности выставки и ярмарки.
7. Перечислите наиболее распространенные организационные формы выставочно-ярмарочных мероприятий и дайте им определения.
8. Какими бывают выставки по форме участия и в чем их особенности.
9. Как классифицируются выставочные мероприятия, исходя из мирового опыта.
10. Какие инструмента маркетинга реализуются в процессе участия предприятия в выставке.
11. Какие способы осуществления целей продаж в выставке.
12. Перечислите инструменты маркетинговых коммуникаций и охарактеризуйте их.
13. Назовите факторы и раскройте условия получения экономического эффекта от выставочной деятельности экспонента.
14. В чем преимущества использования инструментов маркетинговых коммуникаций на выставке.
15. Формирование имиджа фирмы с помощью участия в выставке.
16. Какие цели проведения пресс-конференции для СМИ до открытия выставки.
17. Виды рекламной печатной продукции, представленной на выставке.
18. Презентационные сувениры, их необходимость.
19. Перечислите и раскройте цели участия экспонента в выставках.
20. Обоснование необходимости участия предприятия в выставке.
21. Формы участия в выставке.
22. Подходы к разработке бюджета участия в выставке.
23. Основные результаты, определяющие успех участия фирмы в выставке.
24. Требования к выбору персонала для работы на выставке.
25. Роль и функции менеджера по выставочной работе.
26. Принципы отбора экспонатов и их транспортировка.
27. Творческие элементы оформления стендов.

28. Особенности различных вариантов рабочего места в выставочном павильоне по отношению к потоку посетителей.
29. Работа на территории выставки и за ее пределами.
30. Деловые встречи, организация переговоров.
31. Принципы правильной коммуникации с посетителями.
32. Оценка эффективности участия в выставке.
33. В чем заключается работа после проведения выставки.
34. Анализ ошибок после проведения выставки.

Обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида. Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление информации визуально (краткий конспект лекций, основная и дополнительная литература), на лекционных и практических занятиях допускается присутствие ассистента.

Оценка знаний студентов на практических занятиях осуществляется на основе письменных конспектов ответов на вопросы, письменно выполненных практических заданий. Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на лекциях звукозаписывающих устройств. Допускается присутствие на занятиях ассистента, оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Оценка знаний студентов на семинарских занятиях осуществляется в устной форме (как ответы на вопросы, так и практические задания).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушением зрения проводится устно, при этом текст заданий предоставляется в форме адаптированной для лиц с нарушением зрения (укрупненный шрифт), при оценке используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки может быть увеличено.

Лица с нарушениями опорно-двигательного аппарата не нуждаются в особых формах предоставления учебных материалов. Однако, с учетом состояния здоровья часть занятий может быть реализована дистанционно (при помощи сети «Интернет»). Так, при невозможности посещения лекционного занятия студент может воспользоваться кратким конспектом лекции. При невозможности посещения практического занятия студент должен предоставить письменный конспект ответов на вопросы, письменно выполненное практическое задание. Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводится на общих основаниях, при необходимости процедура может быть реализована дистанционно (например, при помощи программы Skype). Для этого по договоренности с преподавателем студент в определенное время выходит на связь для проведения

процедуры. В таком случае вопросы и практическое задание выбираются самим преподавателем.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

1 Докашенко Л.В. Экономика и организация конгрессно-выставочной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ 2015 http://www.iprbookshop.ru/54176

2 Стровский Л.Е., Фролова Е.Д., Стровски Д.Л. Основы выставочно-ярмарочной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие. ЮНИТИ-ДАНА, 2012. http://www.iprbookshop.ru/16424

3 Стровский Л.Е., Фролова Е.Д., Стровски Д.Л., Осинцев Ю.В., Демченко Е.А., Кривых И.С., Фролов А.А. Основы выставочно-ярмарочной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов. ЮНИТИ-ДАНА, 2015. http://www.iprbookshop.ru/52626

6.2. Дополнительная литература

1. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие. Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2010. http://www.iprbookshop.ru/851

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Основы выставочно-ярмарочной деятельности: Учебное пособие /под ред. Стровского Л.Е. М.: ЮНИТИ ДАНА, 2012. – 288 с.
2. Маркетинговые коммуникации: Учебник /под ред. Красюк И.Н. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 272 с.

6.4. Нормативные правовые документы

Не используются.

6.5. Интернет-ресурсы

1. www.tpprf.ru - Торгово-промышленная палата России
2. www.mtpp.org - Московская торгово-промышленная палата
3. www.uefexpo.ru - Международный союз выставок и ярмарок
4. www.customs.ru - Государственный таможенный комитет России
5. www.expomir.ru - Журнал «Экспомир», Каталог «Выставки в России и за рубежом»
6. www.mitt.ru – Сайт «Москва, Выставочный центр на Красной Пресне» (Экспоцентр).
7. www.cfin.ru/marketing/ – Сайт «Корпоративный менеджмент».
8. www.exposokol.ru – Сайт Культурно-выставочного центра Сокольники.
9. www.vvcenter.ru – Сайт Всероссийский Выставочный Центр.
10. www.vistavki.ru – Сайт Московский Гостиный Двор.
11. www.expocenter.ru – Сайт «Экспоцентр».
12. www.wtcmoscow.ru – Сайт «Центр Международной торговли».
13. www.rosstrovexpo.ru – Сайт «Росстройэкспо»
14. www.fairs.ru – Сайт выставочного комплекса «Наука и Образование».
15. www.edu.fairs.ru – Сайт Всероссийского форума «Современная образовательная среда»
16. www.federalcenter.ru – НП «Федеральный выставочно-маркетинговый центр малого предпринимательства»
17. http://www.allexpo.ru – Выставки Москвы и России
18. www.ufi.org - Сайт Всемирной ассоциации Выставочной индустрии (UFI)

19. http://www.messe-duesseldorf.ru - Сайт выставочной компании Messe Dusseldorf Moscow
20. http://auditexpo.ru - Официальный сайт выставочного аудита.
21. www.nnir.ru / - Российская национальная библиотека
22. www.nns.ru / -Национальная электронная библиотека
23. www.rsi.ru / - Российская государственная библиотека
24. www.biznes-karta.ru / -Агентство деловой информации «Бизнес-карта»
25. www.rbs.ru / - Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг»
26. www.aport.ru / - Поисковая система
27. www.rambler.ru / - Поисковая система
28. www.yandex.ru / - Поисковая система
29. www.busineslearning.ru / - Система дистанционного бизнес образования
30. www.test.specialist.ru / - Центр компьютерного обучения МГТУ им. Н. Э. Баумана
31. http://www.consultant.ru/ - Консультант плюс
32. http://www.garant.ru/ - Гарант

6.6. Иные источники

1. Симонов К.В. Современный экспобизнес. М.: Инфра-М, 2014 – 656 с.
2. Романов А.А. Маркетинговые коммуникации./Учебник. - М.: Инфра М, 2014. – 380 с.
3. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности: Учеб. пособие. М., 2009.
4 Александрова Н.В., Филоненко И.К., Выставочный менеджмент: стратегия управления и маркетинговые коммуникации. Учебно-методическое пособие. – М.: РИА Проэкспо, 2007.
5 Беляновский А.С. Экспонент, помоги себе сам! ИнформЭКСПО, 2010. – 143 с.
6 Гусев Э.Б., Прокудин В.А., Салащенко А.Г. Выставочная деятельность в России и за рубежом: Учеб.-методич. пособие /Под ред. акад. РАН Н.П. Лаверова. − М: Дашков и К°, 2007.
7 Захаренко Г. Выставка. Техника и технология успеха. М.: Вершина, 2006. – 232 с.
8 Карасев Н. В. Продажи и маркетинг в выставочном бизнесе. Как привлекать и удерживать участников и посетителей выставочных мероприятий. – М.: Статус Презенс, 2010.
9 Романов А.А. Маркетинговые коммуникации./Учебник. - М.: Инфра М, 2014. – 380 с.
10 Симонов К.В. Современный экспобизнес. М: Инфра-М, 2014 – 656 с.
11 Критсотакис Я.Г. Торговые ярмарки и выставки. Техника участия и коммуникации. − М.: Ось-89, 1997.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

Bloomberg
EBSCO Publishing
eLIBRARY.RU
Emerging Markets Information Service
Google Scholar (Google Академия)
IMF eLibrary -
JSTOR
New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь
OECD iLibrary
Oxford Handbooks Online
Polpred.com Обзор СМИ
Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике
SCOPUS
Web of Science
Wiley Online Library
World Bank Elibrary
Архивы научных журналов NEICON
Интернет-сервис «Антиплагиат»
Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»
ЭБС Издательства "Лань"
ЭБС Юрайт
Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»