



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
**Институт технологий (филиал) федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«Донской государственный технический университет»
в г. Волгодонске Ростовской области
(Институт технологий (филиал) ДГТУ в г. Волгодонске)**



УТВЕРЖДАЮ
И.о. директора
Н.М. Сидоркина
«22» апреля 2024 г.

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
(ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА)**
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине
«Экспозиционно - выставочная деятельность предприятий сервиса,
туризма и индустрии гостеприимства»
для обучающихся по направлению подготовки
43.03.01 Сервис
направленность Социально-культурный сервис

Волгодонск
2024

Лист согласования

Оценочные материалы (оценочных средств) по дисциплине
«Экспозиционно - выставочная деятельность предприятий сервиса, туризма и индустрии
гостеприимства»

составлены в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.03.01 Сервис направленность Социально-культурный сервис (уровень бакалавра).

Рассмотрены и одобрены на заседании кафедры «Социально-культурный сервис и гуманитарные дисциплины» протокол № 9 от « 22 » ____ 04 ____ 2024 г.

Разработчик оценочных материалов (оценочных средств):

Доцент



подпись

О.А. Катеринич.

« 22 » ____ 04 ____ 2024 г.

И.о. зав. кафедрой



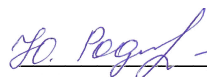
подпись

А.А. Морозова

« 22 » ____ 04 ____ 2024 г.

Согласовано:

Директор МБУК «Дубенцовский СДК» ст. Дубенцовская



подпись

Ю.С. Родионова

«22» ____ 04 ____ 2024 г.

Директор ООО «Бонжур»
г. Волгодонск



подпись

Э.В. Бударина

«22» ____ 04 ____ 2024 г.

**Лист визирования оценочных материалов (оценочных средств)
на очередной учебный год**

Оценочные материалы (оценочные средства) по дисциплине «Экспозиционно - выставочная деятельность предприятий сервиса, туризма и гостеприимства» проанализированы и признаны актуальными для использования на 20__ - 20__ учебный год.

Протокол заседания кафедры «СКС и ГД» от «__» _____ 20__ г. № _____

И.о. зав. кафедрой «СКС и ГД» _____ А.А. Морозова

«__» _____ 20__ г.

Оценочные материалы (оценочные средства) по дисциплине «Экспозиционно - выставочная деятельность предприятий сервиса, туризма и индустрии гостеприимства» проанализированы и признаны актуальными для использования на 20__ - 20__ учебный год.

Протокол заседания кафедры «СКС и ГД» от «__» _____ 20__ г. № _____

И.о. зав. кафедрой «СКС и ГД» _____ А.А. Морозова

«__» _____ 20__ г.

Оценочные материалы (оценочные средства) по дисциплине «Экспозиционно - выставочная деятельность предприятий сервиса, туризма и индустрии гостеприимства» проанализированы и признаны актуальными для использования на 20__ - 20__ учебный год.

Протокол заседания кафедры «СКС и ГД» от «__» _____ 20__ г. № _____

И.о. зав. кафедрой «СКС и ГД» _____ А.А. Морозова

«__» _____ 20__ г.

Оценочные материалы (оценочные средства) по дисциплине «Экспозиционно - выставочная деятельность предприятий сервиса, туризма и индустрии гостеприимства» проанализированы и признаны актуальными для использования на 20__ - 20__ учебный год.

Протокол заседания кафедры «СКС и ГД» от «__» _____ 20__ г. № _____

И.о. зав. кафедрой «СКС и ГД» _____ А.А. Морозова

«__» _____ 20__ г.

Содержание

	С.
1 Паспорт оценочных материалов (оценочных средств)	3
1.1 Перечень компетенций, формируемых дисциплиной (модулем), с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП	3
1.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	9
1.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, описание шкал оценивания	11
2 Контрольные задания (демоверсии) для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	13

1. Паспорт оценочных материалов (оценочных средств)

Оценочные материалы (оценочные средства) прилагаются к рабочей программе дисциплины и представляет собой совокупность контрольно-измерительных материалов (типовые задачи (задания), контрольные работы, тесты и др.) и методов их использования, предназначенных для измерения уровня достижения обучающимся установленных результатов обучения.

Оценочные материалы (оценочные средства) используются при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

1.1 . Перечень компетенций, формируемых дисциплиной, с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП

Перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины:

ОПК-4: Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов.

Конечными результатами освоения дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным компетенциям. Формирование дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках контактной работы, включающей различные виды занятий и самостоятельной работы, с применением различных форм и методов обучения (табл. 1).

Таблица 1 Формирование компетенций в процессе изучения дисциплины

Код компетенции	Уровень освоения	Дескрипторы компетенции (результаты обучения, показатели достижения результата обучения, которые обучающийся может продемонстрировать)	Вид учебных занятий, работы ¹ , формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции ²	Контролируемые разделы и темы дисциплины ³	Оценочные материалы (оценочные средства), используемые для оценки уровня сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенций ⁴
ОПК-4	ОПК-4.1:	Знает процедуру проведения маркетинговых исследований рынка услуг, мотивацию потребителей и конкурентов	Лекции, практические занятия (устный опрос), СРС (домашнее задание)	1.1,1.2,1.3.2.1,2.2, 2.3,3.1,3.2,3.3.	УО, ПЗ, ДЗ	посещаемость занятий; подготовка к практическим занятиям; ответы на вопросы преподавателя в рамках занятия; качество подготовки презентаций по разделам дисциплины; умение делать выводы.
	ОПК-4.2	Умеет организовать продвижение и продажи сервисного продукта, в том числе с помощью онлайн и интернет технологий.				
	ОПК-4.3:	Владеет навыками формирования специализированных каналов сбыта сервисных продуктов и услуг				

¹ Лекционные занятия, практические занятия, лабораторные занятия, самостоятельная работа

² Необходимо указать активные и интерактивные методы обучения (например, интерактивная лекция, работа в малых группах, методы мозгового штурма, решение творческих задач, работа в группах, проектные методы обучения, ролевые игры, тренинги, анализ ситуаций и имитационных моделей и др.), способствующие развитию у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств

³ Указать номера тем в соответствии с рабочей программой дисциплины

⁴ Необходимо выбрать критерий оценивания компетенции: посещаемость занятий; подготовка к практическим занятиям; подготовка к лабораторным занятиям; ответы на вопросы преподавателя в рамках занятия; подготовка докладов, эссе, рефератов; умение отвечать на вопросы по теме лабораторных работ, познавательная активность на занятиях, качество подготовки рефератов и презентацией по разделам дисциплины, контрольные работы, экзамены, умение делать выводы и др.

1.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся.

По дисциплине «Экспозиционно - выставочная деятельность предприятий сервиса» предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль (осуществление контроля всех видов аудиторной и внеаудиторной деятельности обучающегося с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины); промежуточная аттестация (оценивается уровень и качество подготовки по дисциплине в целом).

Для заочной формы обучения текущая аттестация не предусмотрена.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Экспозиционно-выставочная деятельность предприятий сервиса, туризма и индустрии гостеприимства» проводится в форме экзамена. В табл. 2 приведено весовое распределение баллов и шкала оценивания по видам контрольных мероприятий.

Таблица 2 Весовое распределение баллов и шкала оценивания по видам контрольных мероприятий

Текущий контроль (50 баллов ⁵)						Промежуточ ная аттестация (50 баллов)	Итоговое количество баллов по результатам экзамена
Блок 1			Блок 2				
Лекцион ные занятия (X ₁)	Практи ческие заняти я (Y ₁)	Лаборат орные занятия (Z ₁)	Лекцион ные занятия (X ₂)	Практич еские занятия (Y ₂)	Лаборат орные занятия (Z ₂)	от 0 до 50 баллов	Менее 41 балла – неудовлетво рительно, 41-60 – удовлетвори тельно, 61- 80 – хорошо, 81-100 – отлично.
-	-	-	-	-	-		
Сумма баллов -			Сумма баллов -				

Для определения фактических оценок каждого показателя выставляются следующие баллы (табл.3):

Таблица 3 Распределение баллов по дисциплине

Вид учебных работ по дисциплине	Количество баллов	
	1 блок	2 блок

⁵ Вид занятий по дисциплине (лекционные, практические, лабораторные) определяется учебным планом. Количество столбцов таблицы корректируется в зависимости от видов занятий, предусмотренных учебным планом.

Распределение баллов по блокам, по каждому виду занятий в рамках дисциплины определяет преподаватель. Распределение баллов по дисциплине утверждается протоколом заседания кафедры.

По заочной форме обучения мероприятия текущего контроля не предусмотрены.

<i>Текущий контроль (50 баллов)</i>		
Выполнение практических работ в виде проведения исследования, оформления отчета	15	25
Защита практических работ в форме собеседования по контрольным вопросам	5	5
<i>Промежуточная аттестация (50 баллов)</i>		
Экзамен в устной форме		
Сумма баллов по дисциплине 100 баллов		

Экзамен является формой итоговой оценки качества освоения обучающимся образовательной программы по дисциплине в целом или по разделу дисциплины. По результатам экзамена обучающемуся выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», или «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» (81-100 баллов) выставляется обучающемуся, если:

- обучающийся набрал по текущему контролю необходимые и достаточные баллы для выставления оценки автоматом⁶;
- обучающийся знает, понимает основные положения дисциплины, демонстрирует умение применять их для выполнения задания, в котором нет явно указанных способов решения;
- обучающийся анализирует элементы, устанавливает связи между ними, сводит их в единую систему, способен выдвинуть идею, спроектировать и презентовать свой проект (решение);
- ответ обучающегося по теоретическому и практическому материалу, содержащемуся в вопросах экзаменационного билета, является полным, и удовлетворяет требованиям программы дисциплины;
- обучающийся продемонстрировал свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей дисциплины;
- на дополнительные вопросы преподавателя обучающийся дал правильные ответы.

Компетенция (и) или ее часть (и) сформированы на высоком уровне (уровень 3) (см. табл. 1).

Оценка «хорошо» (61-80 баллов) выставляется обучающемуся, если:

- обучающийся знает, понимает основные положения дисциплины, демонстрирует умение применять их для выполнения задания, в котором нет явно указанных способов решения; анализирует элементы, устанавливает связи между ними;
- ответ по теоретическому материалу, содержащемуся в вопросах экзаменационного билета, является полным, или частично полным и удовлетворяет требованиям программы, но не всегда дается точное, уверенное и аргументированное изложение материала;
- на дополнительные вопросы преподавателя обучающийся дал правильные ответы;
- обучающийся продемонстрировал владение терминологией соответствующей дисциплины.

Компетенция (и) или ее часть (и) сформированы на среднем уровне (уровень 2) (см. табл. 1).

Оценка «удовлетворительно» (41-60 баллов) выставляется обучающемуся, если:

⁶ Количество и условия получения необходимых и достаточных для получения автомата баллов определены Положением о системе «Контроль успеваемости и рейтинг обучающихся»

- обучающийся знает и воспроизводит основные положения дисциплины в соответствии с заданием, применяет их для выполнения типового задания в котором очевиден способ решения;

- обучающийся продемонстрировал базовые знания важнейших разделов дисциплины и содержания лекционного курса;

- у обучающегося имеются затруднения в использовании научно-понятийного аппарата в терминологии курса;

- несмотря на недостаточность знаний, обучающийся имеется стремление логически четко построить ответ, что свидетельствует о возможности последующего обучения.

Компетенция (и) или ее часть (и) сформированы на базовом уровне (уровень 1) (см. табл. 1).

Оценка «неудовлетворительно» (менее 41 балла) выставляется обучающемуся, если:

- обучающийся имеет представление о содержании дисциплины, но не знает основные положения (темы, раздела, закона и т.д.), к которому относится задание, не способен выполнить задание с очевидным решением, не владеет навыками построения стандартных теоретических и эконометрических моделей, методикой стратегического планирования на примере предприятия;

- у обучающегося имеются существенные пробелы в знании основного материала по дисциплине;

- в процессе ответа по теоретическому материалу, содержащемуся в вопросах экзаменационного билета, допущены принципиальные ошибки при изложении материала.

Компетенция(и) или ее часть (и) не сформированы

1.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Формы промежуточного контроля. Оценивание результатов обучения студентов по дисциплине «Экспозиционно - выставочная деятельность предприятий сервиса» осуществляется по регламенту текущего контроля и промежуточной аттестации.

Формы промежуточного контроля знаний:

- устный опрос (УО);

- практические задания (ПЗ);

Проработка конспекта лекций и учебной литературы осуществляется студентами в течение всего семестра, после изучения новой темы. Перечень вопросов для устного опроса определен содержанием темы в РПД и методическими рекомендациями по изучению дисциплины.

Защита практических заданий производится студентом в день их выполнения в соответствии с расписанием занятий. Преподаватель проверяет правильность выполнения практического задания студентом, контролирует знание студентом пройденного материала с помощью контрольных вопросов или тестирования.

Оценка компетентности осуществляется следующим образом: в процессе защиты выявляется информационная компетентность в соответствии с практическим заданием, затем преподавателем дается комплексная оценка деятельности студента.

Высокую оценку получают студенты, которые при подготовке материала для самостоятельной работы сумели самостоятельно составить логический план к теме и реализовать его, собрать достаточный фактический материал, показать связь рассматриваемой темы с современными проблемами науки и общества, со направлением обучения студента и каков авторский вклад в систематизацию, структурирование материала.

Оценка качества подготовки на основании выполненных заданий ведется преподавателям (с обсуждением результатов), баллы начисляются в зависимости от сложности задания.

Итоговый контроль освоения умения и усвоенных знаний дисциплины «Экспозиционно - выставочная деятельность предприятий сервиса» осуществляется в процессе промежуточной аттестации на зачете с оценкой.

2. Контрольные задания (демоверсии) для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

2.1. Задания для оценивания результатов обучения в виде знаний

Вопросы для устного опроса (доклада, сообщения)

1. Основные направления выставочно-ярмарочной деятельности.
2. Общее определение понятий «выставочная деятельность», «экспозиция», «экспонат», «экспонент», «выставка», «выставочное пространство».
3. Выставки: причины появления и история развития.
4. Выставки: эффективные инструменты торговли, коммуникации, информации.
5. Выставки: значение для повышения культурного уровня предпринимательства, развития профессионализма в различных областях деятельности и общественных отношений.
6. Выставки как поле предпринимательской конкуренции.
7. Выставочное дело в мире, в СССР, в современной России.
8. Выставочное дело в гостиничном бизнесе.
9. Классификация выставок по форме собственности и по виду.
10. Критерии успеха выставки и планирование методов их достижения.
11. Особенности организации выставок различного уровня.
12. Выставки произведений искусств из коллекций музеев, не предназначенных для продажи.
13. Тематические узкоспециализированные выставки.
14. Общеотраслевые выставки.
15. Выставки, организуемые в учреждении культуры.
16. Специфика подготовки и работы на зарубежных выставках.
17. Классификация международных выставок.
18. Основные выставочные организации мира, СНГ, России.
19. Сущность и особенности выставочного планирования.

Критерии оценки устного опроса (доклада, сообщения):

Полнота ответа на поставленный вопрос, умение использовать термины, формулы, приводить примеры, делать выводы и анализировать конкретные ситуации.

- качество доклада (четко выстроен; сопровождается иллюстративным материалом; не зачитывается);
- использование демонстрационного материала (автор представил демонстрационный материал и прекрасно в нем ориентировался);
- качество ответов на вопросы (четко отвечает на вопросы);
- владение научным и специальным аппаратом (владение специальным аппаратом и научной терминологией);
- четкость выводов (выводы четкие и доказаны).

Критерии оценки презентации:

- содержание (работа демонстрирует глубокое понимание описываемых процессов; даны интересные дискуссионные материалы; грамотно используется научная лексика; предложена собственная интерпретация или развитие темы);
 - дизайн (логичен и очевиден; подчеркивает содержание; все параметры шрифта хорошо подобраны (текст хорошо читается));
 - графика (хорошо подобрана; соответствует содержанию и обогащает его);
 - грамотность (нет ошибок: ни грамматических, ни синтаксических).
- Шкала оценивания устного опроса (доклада, сообщения, презентации):
Максимальная оценка – 5 баллов.

2.1 Задания для оценивания результатов обучения в виде знаний

Перечень примерных вопросов к зачету:

1. Понятие, используемых в выставочной деятельности терминов: культура, искусство, живопись, графика, скульптура, архитектура, памятник культуры, музейный предмет, культурная ценность.
2. Сравнительный анализ работы музея, галереи, выставки.
3. Цель использования памятников культуры в музейно-выставочной деятельности.
4. Состав культурного наследия народов России.
5. Режим использования памятников культуры в музейно-выставочной деятельности.
6. Порядок организации музейно-выставочной деятельности.
7. Порядок использования памятников культуры в музейно-выставочной деятельности.
8. Порядок вывоза и ввоза культурных ценностей для организации музейно-выставочной деятельности.
9. Конституционное право доступа к культурным ценностям, конституционная обязанность беречь памятники истории и культуры, сохранять культурное наследие.
10. Сравнительный анализ целей и задач выставочной работы в музеях, галереях, выставочных комплексах.
11. Современное законодательство о сохранении культурного наследия народов России.
12. Общее и отличие концепций музеев и выставочных комплексов.
13. Виды и цели выставочной работы.
14. Условия организации и проведения «выездной» и «въездной» выставки.
15. Порядок разработки проекта выставки: основные положения.
16. Виды выставок, их отличие и цели.
17. Порядок монтажа выставки.
18. Порядок организации международной выставки культурных ценностей.
19. Порядок демонтажа выставки.
20. Порядок регулирования отношений в музейно-выставочной деятельности..
21. Правила хранения музейных предметов, используемых в выставочной работе галереи.
22. Режим охраны музейных предметов, используемых в выставочной работе.
23. Сроки проведения выставки, демонтажа и возврата экспонатов.
24. Порядок использования музейных предметов выставочной деятельности.

Критерий оценки:

Полнота ответа на поставленный вопрос, умение использовать термины, формулы, приводить примеры, делать выводы и анализировать конкретные ситуации.

2.2 Задания для оценивания результатов в виде владений и умений**Практические задания****по дисциплине «Экспозиционно-выставочная деятельность предприятий сервиса»****Задание**

1. Составить глоссарий по экспозиционно-выставочной работе.
2. Разработать тематико-экспозиционный план проектируемой выставки в соответствии с предлагаемой структурой.

Название учреждения _____

Название темы выставочной экспозиции _____

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

Структура тематико-экспозиционного плана:

Наименование разделов, раскрывающие тему

3. Разработать рекламный буклет проектируемой выставки
4. Составить карту с критериями отбора экспонатов на выставку «Рождественский сувенир».

Критерии отбора экспонатов на выставку:

соответствие экспонатов тематике выставки

степень использования ручного труда

креативность/необычность

эстетичность

(предложить

самостоятельно

критерии)

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

5. Провести обзор специализированных выставок в сфере гостиничного сервиса за рубежом.

6. Провести обзор специализированных выставок в сфере развлечений в России.

Критерии оценки выполнения практического задания:

«5» (отлично): выполнены все практическое задание, студент четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы.

«4» (хорошо): выполнено задание; студент ответил на все контрольные вопросы с замечаниями.

«3» (удовлетворительно): выполнены все задание с замечаниями; студент ответил на все контрольные вопросы с замечаниями.

«2» (не зачтено): студент не выполнил или выполнил неправильно задание; студент ответил на контрольные вопросы с ошибками или не ответил на контрольные вопросы.

Отчет рассматривается как критерий оценки только при выполнении студентом практической работы. Студент не допускается к защите практической работы без ее выполнения.

Структура оценочных материалов (оценочных средств), позволяющих оценить уровень компетенций, сформированный у обучающихся при изучении дисциплины «Экспозиционно-выставочная деятельность предприятий сервиса» приведен в таблице 4.

Таблица 4 - Оценочные материалы (оценочные средства) по дисциплине
«Экспозиционно-выставочная деятельность предприятий сервиса, туризма и индустрии гостеприимства»

Компетенция	Знать	Оценочные средства		Уметь	Оценочные средства		Владеть	Оценочные средства	
		текущий контроль	промежуточный контроль		текущий контроль	промежуточный контроль		текущий контроль	промежуточный контроль
ОПК-4	ОПК-4.1 Знает процедуру проведения маркетинговых исследований рынка услуг, мотивацию потребителей и конкурентов	Не предусмотрено	Вопросы к экзамену	ОПК-4.2 Умеет организовать продвижение и продажи сервисного продукта, в том числе с помощью онлайн и интернет технологий.	Не предусмотрено	УО, практические задания	ОПК-4.3 Владеет навыками формирования специализированных каналов сбыта сервисных продуктов и услуг	Не предусмотрено	Вопросы к экзамену, практические задания

Примечание

* берется из РПД

** сдача лабораторных работ, защита курсового проекта, РГР и т.д.

Карта тестовых заданий

Компетенция ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов

Индикатор ОПК-4.3 Владеет навыками формирования специализированных каналов сбыта сервисных продуктов и услуг

Дисциплина: Экспозиционно-выставочная деятельность предприятий сервиса, туризма и индустрии гостеприимства

Описание теста:

1. Тест состоит из 70 заданий, которые проверяют уровень освоения компетенций обучающегося. При тестировании каждому обучающемуся предлагается 30 тестовых заданий по 15 открытого и закрытого типов разных уровней сложности.
2. За правильный ответ тестового задания обучающийся получает 1 условный балл, за неправильный ответ – 0 баллов. По окончании тестирования, система автоматически определяет «заработанный итоговый балл» по тесту, согласно критериям оценки
3. Максимальная общая сумма баллов за все правильные ответы составляет – 100 баллов.
4. Тест успешно пройден, если обучающийся правильно ответил на 70% тестовых заданий (61 балл).
5. На прохождение тестирования, включая организационный момент, обучающимся отводится не более 45 минут. На каждое тестовое задание в среднем по 1,5 минуты.
6. Обучающемуся предоставляется одна попытка для прохождения компьютерного тестирования.

Кодификатором теста по дисциплине является раздел рабочей программы «4. Структура и содержание дисциплины (модуля)»

Комплекс тестовых заданий

Задания открытого типа

Задания альтернативного выбора

*Выберите **один** правильный ответ*

Простые (1 уровень)

1. Классификация выставочных мероприятий сферы сервиса осуществляется, учитывая различные основания:

- А) географический, тематический, территориальный, значимости мероприятия, времени функционирования**
- Б) всемирные, времени функционирования, значимости мероприятия
- В) времени функционирования, международный, национальный, региональный

2. Основные направления работ сервисного предприятия по организации участия в выставке выделяют в несколько периодов:

- А) пять
- Б) четыре
- В) три**

3. Объект показа на стенде участника в выставке сферы сервиса называется:

- А) сотрудник**

- Б) экспонат
- В) участники выставки

4.Выбор выставки сферы сервиса с целью демонстрации собственной продукции осуществляет:

- А) экспонент
- Б) посетитель
- В) поставщик

5.Одной из целей участия в выставке сервисного предприятия является:

- А) закупка товара
- Б) поиск новых товаров и технологий
- В) завязывание деловых контактов

6. Период открытия и закрытия выставки в сфере сервиса является одной из составляющих процесса:

- А) участия сервисного предприятия в работе выставки
- Б) организации в работе выставки
- В) подготовительного участия туристского предприятия

Средне –сложные (2 уровень)

7.Главная цель проведения всемирных выставок в сфере сервиса показатьдостиженияв:

- А) области культуры
- Б) всего человечества
- В) стран, в которых проводится выставка

8.По тематическому критерию выставки в сервисной сфере необходимо отнести к:

- А) универсальным и межотраслевым
- Б) национальным и межрегиональным
- В) универсальным

9.Сколько функциональных зон необходимо организовать на выставочном стенде предприятия сферы сервиса:

- А) две
- Б) три
- В) четыре

10. Вид выставочного стенда открытого только с одной стороны имеет название:

- А) нестандартный
- Б) линейный
- В) полуостров

11. Статус выставки в сервисной сфере в составе, которой иностранные экспоненты составляют не менее 10% от общего числа участников относится:

- А) международный
- Б) национальный
- В) региональный

12. Рыночные мероприятия, на которых экспоненты предприятий сферы сервиса выставляют образцы производимых услуг, называются:

- А) выставки;
- Б) ярмарки;
- В) выставки и ярмарки**

13. Наиболее презентабельным для посетителей выставки является стенд сервисного предприятия по форме:

- А) угловой
- Б) полуостровной**
- В) линейный

14. UFI – отраслевая организация выставочной индустрии, охватывающая различные ассоциации в области выставочной индустрии, а также их партнеров относится к:

- А) главной российской организации выставок и ярмарок
- Б) союз единомышленников в выставочном деле
- В) всемирная ассоциация выставочной индустрии**

15. При организации выставки всемирной, международной, национальной, региональной, внутрирегиональной, местной в сфере сервиса используют критерий выбора по:

- А) уровню значимости**
- Б) месту проведения
- В) целям организации

16. Крупнейшая ярмарка современного искусства в России, называется:

- А) ART RUSSIA**
- Б) UFI
- В) INWETEXS

17. Вопросы практического характера, относящиеся к организации международных: выставок, возложены на

- А) Международное бюро выставок**
- Б) Коллегию Генеральных Комисаров
- В) Выставочную компанию

18. Подготовительный период для участия в выставке предприятия сферы сервиса заключается в:

- А) определение положения на рынке своего предприятия
- Б) составление базы данных
- В) не нужно обновлять информацию**
- Г) изучение аудитории

19. Деятельность сервисного предприятия в после выставочный период заключается в:

- А) удалении комментариев посетителей стенда
- Б) демонстрации по радио участие в выставке
- В) анализе результатов участия**

Г) работе с прессой

20. Анализ рынка выставочно-ярмарочных услуг в сфере сервисной деятельности необходим для:

- А) Демонстрация новинок сервисного предприятия
- Б) **выбора выставки**
- В) создания продукта, удовлетворяющего запросам потребителя

21. Для выбора выставки с min риском участия необходимо:

- А) правильно составить договор
- Б) **выяснить качество и организацию**
- В) приобрести дополнительную информацию

22. Информационно-рекламными материалами участников сервисного предприятия выставки являются:

- А) компьютерные диски
- Б) фотоальбомы
- В) **буклеты**
- Г) газеты

23. Обязанности руководителя стенда сервисного предприятия во время участия в выставке является:

- А) Медиа планирование
- Б) **Планирование работы отдела**
- В) Анализ работы

Сложные (3 уровень)

24. Организация пресс-конференция для СМИ на выставке предполагает:

- А) **презентацию**
- Б) брифинги
- В) конференции

25. Организацией рабочего дня на стенде сервисного предприятия в выставке является осуществление:

- А) контроля состояния экспонатов
- Б) **представлении продукта и поддержании интереса к нему у целевой группы посетителей**
- В) коммуникаций в сборе полезной коммерческой информации, в том числе на стендах партнеров и конкурентов

Установление соответствия/ установление последовательности
Установите соответствие между левым и правым столбцами

Задания на установление соответствия

Установите соответствие между левым и правым столбцами.

Простые (1 уровень)

26. Установите соответствие действиям при закрытии выставки

1. закрытие выставки	А) сдачу оборудования и стенда организатору выставки
2. закрытие выставки, включая демонтаж стенда и подготовка персонала к отъезду	Б) окончательный расчет с соответствующими подрядчиками
	В) ответственность за возврат арендованного имущества

(1В, 2Б)

27. Установите соответствие функциям стенда

1. при проектировании и оформлении стенда на сервисной выставке он не должен выполнять функцию	А) быть удобным для работы стендистов и посетителей
2. функция стенда сервисного предприятия на выставке	Б) вызывать интерес посетителей, привлекать их внимание и вызывать желание посетить стенд
	В) не должен соответствовать имиджу предприятия, его фирменному стилю

(1А, 2Б)

Средне-сложные (2 уровень)

28. Установите соответствие критериям работников

1. при планировании штата работников на стенде сервисного предприятия критериями для подбора сотрудников являются не верными.	А) немногословность, застенчивость, физическая выносливость
2. критериями для подбора штатных сотрудников для работы на стенде сервисного предприятия являются	Б) знание продукции
	В) знание иностранных языков

(1А, 2Б)

29. Установите соответствие для действий персонала

1. планирование действий персонала сервисного предприятия на стенде выставке осуществляется	А) разработчиком продукции
2. персонал сервисного предприятия производит действия на стенде, согласно	Б) руководством предприятия
	В) согласно указаниям руководителя отдела продаж

(1Б, 2В)

30. Установите соответствие в особенностях инструктажа персонала

1 в приёмку стенда и инструктаж персонала входит	А) заказ охраны
2. при инструктаже персонала для работы	Б) представление персоналу руководителя

на стенде обязательно	стенда и его полномочий
	В) заказ столиков в ресторане
	Г) знакомство с руководителями туристского предприятия

(1Б, 2Г)

31. Установите соответствие по целям изучения конкурентов на выставке

1 целью изучения стендов партнёров и конкурентов на выставке является	А) изучения по заданию руководителя
2 стенды партнёров и конкурентов необходимы для	Б) изучение продукции и сбор информационных материалов
	В) как интересная информация
	Г) для осмотра на выставке

(1Б, 2А)

32. Установите соответствие для мероприятий, после выставки

1 мероприятия, реализуемые сервисным предприятием, после выставки	А) опечатка стенда или сдача его охране
2 мероприятия, реализуемые сервисным предприятием, по результатам участия в выставке	Б) выражение благодарности сотрудникам, участвовавшим в работе
	В) просмотр записей бесед с посетителями, выявление мнений, выдача поручений

(1В, 2Б)

33. Соотнесите понятие с его содержанием

1 разбор результатов участия в выставке и подведение итогов	А) коммерческие результаты: торговый объем оформленных сделок, подписанных контрактов и договоров на перспективу
2 подведение итогов участия в выставке	Б) информирование об итогах выставки деловых партнеров
	В) рассылка запрошенных материалов

(1А, 2В)

34. Соотнесите понятие с его содержанием

1 реклама на выставках и ярмарках	А) публикация печатных изданий, почтовые рассылки и прочее
2 реклама на выставках и ярмарках сферы сервиса	Б) разработка программы дальнейшего участия в выставках
3 реклама сервисного предприятия на выставках и ярмарках	В) работа с организациями, зарегистрированными на стенде предприятия
4 PR на выставках и ярмарках	Г) участие в церемонии открытия выставки – первый день
	Д) печатные издания, презентации, викторины

(1А, 2В, 3Д 4Г)

Сложные (3 уровень)

35 Установите соответствие между организационными действиями и названием документа

1 документационное обеспечение участия в выставке основано на	А) ГОСТ Р 56765-2015 - Деятельность выставочно-ярмарочная. Основные положения
2 организация и предоставление документационного обеспечения участия в выставке регламентируется	Б) ГОСТ Р 7.0.97-2016 - требования к оформлению организационно-распорядительных документов
	В) документах для бухгалтерской отчётности
	Г) заявкой и Договором сервисного предприятия для участия в выставке
	Д) печатные издания, презентации, викторины

(1А, 2Г)

Задания открытого типа

Задания на дополнение

Напишите пропущенное слово.

Простые (1 уровень)

36. За работу со средствами массовой информации на выставке от сервисного предприятия отвечает _____. (**менеджер предприятия по выставкам и рекламе, директор**)

37. Наиболее достоверным воздействием рекламы на потребителя на стенде сервисного предприятия является метод _____. (**информирования, информации**)

38. С 1851 г. данная страна является родоначальницей выставок. Эта страна - _____. (**Великобритания**)

39. В итоговом отчёте предприятия сферы сервиса об участии в выставке указывается количество _____. (**гостей**)

40. Одной из задач персонала стенда в работе с экспонатами является правильное обозначение _____ всех экспонатов. (**названий, названия**)

41. Предприятия России, участвующие в выставках и ярмарках за границей увеличивают _____ своей продукции. (**популярность, известность, продвижение**)

42. На стенде должны быть выставлены те образцы продукции, которые представляют наибольший _____ для целевой группы. (**интерес**)

Средне-сложные (2 уровень)

43. Активная зона стенда используется для общения и выяснения сферы интересов _____. (**посетителей**)

44. Стендист на выставке начинает заговаривать с посетителями, которые интенсивно рассматривают и изучают выставочные _____. (**предметы и образцы, предметы, образцы, экспонаты**)

45. Отчет об эффективности выставочных контактов готовится не ранее, чем через _____ месяца после выставки. (**4, четыре**)

46. Всемирные выставки появились в _____ веке. (**в 19 веке, в XIX веке, девятнадцатом веке**)

47. Целью ярмарки является предоставление ее участникам возможности выставить образцы своего производства, продемонстрировать новые достижения и технические усовершенствования с целью заключения _____ сделок. (**торговых**)

48. Межрегиональные выставки отличаются от региональных _____ радиусом действия. (**большим, расширенным, значительным**)

49. Все выставки и ярмарки делятся на универсальные и специализированные по характеру выставляемых _____. (**экспонентов, товаров, продуктов**)

50. Приглашения являются самым эффективным способом привлечением клиентов на выставку, если они являются - _____ (**персональными, личными, индивидуальными**)

51. Тип стенда _____ является самым распространенным. (**линейный**)

52. Выставки, в которых используются различные средства транспорта называются _____. (**передвижные**)

53. Если на стенде представлены ряд участников, которые выставляют однородные или дополняющие друг друга товары или услуги из одной страны, следовательно такой стенд называется - _____. (**коллективным, общим**)

54. Участие на коллективном стенде сервисных предприятий во время выставочных мероприятий _____ расходы. (**снижает, уменьшает, сокращает**)

55. Использование аудиовизуальных средств необходимо при демонстрации на стенде товаров и процессов, которые по техническим причинам не могут _____ на стенде. (**присутствовать, находиться, быть представлены**)

56. На стенде сервисного предприятия вручаются одинаковые для всех посетителей _____.(сувениры, буклеты, листовки)

57. Если во время выставки сервисное предприятие собирается представить новый продукт, то организуется _____. (пресс-конференция, презентация, семинар)

58. Если нет четко предписанной формы одежды для сотрудников, работающих на стенде, то выбирается _____ костюм.(деловой)

59. Ярмарочно-выставочные мероприятия, являющиеся, как правило, крупными событиями и привлекающие экспонентов и посетителей со всего мира называются _____.
(международные)

60. Приглашения, организованные потенциальным участникам выставки организационным выставочным комитетом, с предложением принять участие в выставке, называются _____.(информационными письмами)

61. Выставочные мероприятия, функционирующие для оперативного удовлетворения потребителей необходимыми товарами, привлекающие посетителей в радиусе до 100 км и как правило открытые для свободного посещения, — это _____ выставки.(региональные)

62. Выставочно-ярмарочная деятельность позволяет решать задачи существующего маркетингового плана сервисного предприятия: предложить существующие и новые товары на новых рынках, а также продажи существующих и новых товаров на существующих рынках и _____ их объёмов.(увеличить)

63. Выставочные мероприятия, имеющие отраслевой профиль и ориентированные на отечественных специалистов, называются _____.(национальные)

64. Расходы по участию в выставочном мероприятии: монтаж стенда, его изготовление относятся к расходам по стенду и представлены в _____.(смете)

65. Бюджет участия сервисного предприятия в выставочном мероприятии составляется для того, чтобы наглядно представить чему равны _____. (расходы)

66. Чтобы избежать всевозможных накладок и недоразумений, монтаж экспозиции на выставке должен быть завершён за _____ до открытия.(1 сутки, одни сутки, сутки)

Сложные (3 уровень)

67. Согласно плану послевыставочной стадии работы предприятия сферы сервиса первый контакт с клиентами должен состояться в течение _____ часов после выставки.(48)

68. Планирование организацию участия в выставки сервисному предприятию наиболее целесообразно начинать за ____ месяцев до ее начала. (12, двенадцать)

69. Самостоятельным экспонентом выставки называется любой участник у которого есть свой_____.(стенд)

70. Коллегиальный орган, создающийся для общего руководства конкретным выставочным мероприятием, наделяемый широкими полномочиями и несущий ответственность за выполнение стоящих перед ним задач, называется _____ комитетом.(выставочным)

Карта учета тестовых заданий (вариант 1)

Компетенция	ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов			
Индикатор	ОПК-4.3 Владеет навыками формирования специализированных каналов сбыта сервисных продуктов и услуг			
Дисциплина	Экспозиционно-выставочная деятельность предприятий сервиса, туризма и индустрии гостеприимства			
Уровень освоения	Тестовые задания			Итого
	Закрытого типа		Открытого типа	
	Альтернативный выбор	Установление соответствия/ последовательности	На дополнение	
1.1.1 (20%)	5	2	7	14
1.1.2 (70%)	17	7	24	48
1.1.3 (10%)	3	1	4	8
Итого:	25 шт.	10 шт.	35 шт.	70 шт.

Карта учета тестовых заданий (вариант 2)

Компетенция	ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов			
Индикатор	ОПК-4.3 Владеет навыками формирования специализированных каналов сбыта сервисных продуктов и услуг			
Дисциплина	Документационное обеспечение предприятий сервиса, туризма и индустрии гостеприимства			
Уровень освоения	Тестовые задания			Итого
	Закрытого типа		Открытого типа	
	Альтернативного выбора	Установление соответствия/Установление последовательности	На дополнение	
1.1.1	1. Классификация выставочных мероприятий сферы сервиса осуществляется, учитывая различные основания: А) географический, тематический,	26. Установите соответствие действиям при закрытии выставки 1. закрытие выставки 2. закрытие выставки, включая демонтаж стенда и подготовка персонала к	36. За работу со средствами массовой информации на выставке от сервисного предприятия отвечает_____. 37. Наиболее достоверным	

	территориальный, значимости мероприятия, времени функционирования Б) всемирные, времени функционирования, значимости мероприятия В) времени функционирования, международного, национального, регионального 2. Основные направления работ сервисного предприятия по организации участия в выставке выделяют в несколько периодов: А) пять Б) четыре В) три 3. Объект показа на стенде участника в выставке сферы сервиса называется: А) сотрудник Б) экспонат В) участники выставки 4. Выбор выставки сферы сервиса с целью демонстрации собственной продукции осуществляет: А) экспонент Б) посетитель В) поставщик 5. Одной из целей участия в выставке сервисного предприятия является: А) закупка товара Б) поиск новых товаров и технологий В) завязывание деловых контактов	отъезду А) сдачу оборудования и стенда организатору выставки Б) окончательный расчет с соответствующими подрядчиками В) ответственность за возврат арендованного имущества 27. Установите соответствие функциям стенда 1. при проектировании и оформлении стенда на сервисной выставке он не должен выполнять функцию 2. функция стенда сервисного предприятия на выставке А) быть удобным для работы стендистов и посетителей Б) вызывать интерес посетителей, привлекать их внимание и вызывать желание посетить стенд В) не должен соответствовать имиджу предприятия, его фирменному стилю	воздействием рекламы на потребителя на стенде сервисного предприятия является метод_____. 38. С 1851 г. данная страна является родоначальницей выставок. Эта страна - _____. 39. В итоговом отчете предприятия сферы сервиса об участии в выставке указывается количество_____. 40. Одной из задач персонала стенда в работе с экспонатами является правильное обозначение _____ всех экспонатов. 41. Предприятия России, участвующие в выставках и ярмарках за границей увеличивают _____ своей продукции. 42. На стенде должны быть выставлены те образцы продукции, которые представляют наибольший _____ для целевой группы.
1.1.2	7. Главная цель проведения всемирных выставок в сфере сервиса показать достижения в: А) области культуры Б) всего человечества В) стран, в которых проводится выставка 8. По тематическому критерию выставки в сервисной сфере необходимо отнести к: А) универсальным и межотраслевым Б) национальным и	28. Установите соответствие критериям работников 1. при планировании, штата работников на стенде сервисного предприятия критериями для подбора сотрудников являются не верными. 2. критериями для подбора штатных сотрудников для работы на стенде сервисного предприятия являются А) немногословность, застенчивость, физическая выносливость	43. Активная зона стенда используется для общения и выяснения сферы интересов _____. 44. Стендист на выставке начинает заговаривать с посетителями, которые интенсивно рассматривают и изучают выставочные _____. 45. Отчет об эффективности выставочных контактов готовится не ранее, чем через _____ месяца после выставки. 46. Всемирные выставки появились в _____ веке.

	межрегиональным В) универсальным 9. Сколько функциональных зон необходимо организовать на выставочном стенде предприятия сферы сервиса: А) две Б) три В) четыре 10. Вид выставочного стенда открытого только с одной стороны имеет название: А) нестандартный Б) линейный В) полуостров 11. Статус выставки в сервисной сфере в составе, которой иностранные экспоненты составляют не менее 10% от общего числа участников относится: А) международный Б) национальный В) региональный 12. Рыночные мероприятия, на которых экспоненты предприятий сферы сервиса выставляют образцы производимых услуг, называются: А) выставки; Б) ярмарки; В) выставки и ярмарки 13. Наиболее презентабельным для посетителей выставки является стенд сервисного предприятия по форме: А) угловой Б) полуостровной В) линейный 14. UFI – отраслевая организация выставочной индустрии, охватывающая различные ассоциации в области выставочной индустрии, а также их партнеров относится к: А) главной российской организации выставок и ярмарок Б) союз единомышленников в выставочном деле	Б) знание продукции В) знание иностранных языков 29. Установите соответствие для действий персонала 1. планирование действий персонала сервисного предприятия на стенде выставке осуществляется 2. персонал сервисного предприятия производит действия на стенде, согласно А) разработчиком продукции Б) руководством предприятия В) согласно указаниям руководителя отдела продаж 30. Установите соответствие в особенностях инструктажа персонала 1 в приёмку стенда и инструктаж персонала входит 2. при инструктаже персонала для работы на стенде обязательно А) заказ охраны Б) представление персоналу руководителя стенда и его полномочий В) заказ столиков в ресторане Г) знакомство с руководителями туристского предприятия 31. Установите соответствие по целям изучения конкурентов на выставке 1 целью изучения стендов партнёров и конкурентов на выставке является 2 стенды партнёров и конкурентов необходимы для А) изучения по заданию руководителя Б) изучение продукции и сбор информационных материалов В) как интересная информация Г) для осмотра на выставке 32. Установите соответствие для мероприятий, после выставки	47. Целью ярмарки является предоставление ее участникам возможности выставить образцы своего производства, продемонстрировать новые достижения и технические усовершенствования с целью заключения _____ сделок. 48. Межрегиональные выставки отличаются от региональных _____ радиусом действия. 49. Все выставки и ярмарки делятся на универсальные и специализированные по характеру выставляемых _____. 50. Приглашения являются самым эффективным способом привлечением клиентов на выставку, если они являются - _____. 51. Тип стенда _____ является самым распространенным. 52. Выставки, в которых используются различные средства транспорта называются _____. 53. Если на стенде представлены ряд участников, которые выставляют однородные или дополняющие друг друга товары или услуги из одной страны, следовательно такой стенд называется - _____. 54. Участие на коллективном стенде сервисных предприятий во время выставочных мероприятий _____ расходы. 55. Использование аудиовизуальных средств необходимо при демонстрации на стенде товаров и процессов, которые по техническим причинам не могут _____ на стенде. 56. На стенде сервисного предприятия вручаются одинаковые для всех посетителей _____. 57. Если во время выставки сервисное предприятие собирается представить новый продукт, то организуется _____. 58. Если нет четко предписанной формы одежды для сотрудников, работающих на
--	---	--	--

	В) всемирная ассоциация выставочной индустрии 15. При организации выставки всемирной, международной, национальной, региональной, внутрирегиональной, местной в сфере сервиса используют критерий выбора по: А) уровню значимости Б) месту проведения В) целям организации 16. Крупнейшая ярмарка современного искусства в России, называется: А) ART RUSSIA Б) UFI В) INWETEXS 17. Вопросы практического характера, относящиеся к организации международных: выставок, возложены на А) Международное бюро выставок Б) Коллегию Генеральных Комиссаров В) Выставочную компанию 18. Подготовительный период для участия в выставке предприятия сферы сервиса заключается в: А) определение положения на рынке своего предприятия Б) составление базы данных В) не нужно обновлять информацию Г) изучение аудитории 19. Деятельность сервисного предприятия в после выставочный период заключается в: А) удалении комментариев посетителей стенда Б) демонстрации по радио участие в выставке В) анализе результатов участия Г) работе с прессой 20. Анализ рынка выставочно-ярмарочных услуг в сфере сервисной	1 мероприятия, реализуемые сервисным предприятием, после выставки 2 мероприятия, реализуемые сервисным предприятием, по результатам участия в выставке А) опечатка стенда или сдача его охране Б) выражение благодарности сотрудникам, участвовавшим в работе В) просмотр записей бесед с посетителями, выявление мнений, выдача поручений 33. Соотнесите понятие с его содержанием 1 разбор результатов участия в выставке и подведение итогов 2 подведение итогов участия в выставке А) коммерческие результаты: торговый объем оформленных сделок, подписанных контрактов и договоров на перспективу Б) информирование об итогах выставки деловых партнеров В) рассылка запрошенных материалов 34. Соотнесите понятие с его содержанием 1 реклама на выставках и ярмарках 2 реклама на выставках и ярмарках сферы сервиса А) публикация печатных изданий, почтовые рассылки и прочее Б) разработка программы дальнейшего участия в выставках 3 реклама сервисного предприятия на выставках и ярмарках В) работа с организациями, зарегистрированными на стенде предприятия 4 PR на выставках и ярмарках Г) участие в церемонии открытия выставки – первый день Д) печатные издания, презентации, викторины	стенде, то выбирается _____ костюм. 59. Ярмарочно-выставочные мероприятия, являющиеся, как правило, крупными событиями и привлекающие экспонентов и посетителей со всего мира называются _____. 60. Приглашения, организованные потенциальным участникам выставки организационным выставочным комитетом, с предложением принять участие в выставке, называются _____. 61. Выставочные мероприятия, функционирующие для оперативного удовлетворения потребителей необходимыми товарами, привлекающие посетителей в радиусе до 100 км и как правило открытые для свободного посещения, — это _____ выставки. 62. Выставочно- ярмарочная деятельность позволяет решать задачи существующего маркетингового плана сервисного предприятия: предложить существующие и новые товары на новых рынках, а также продажи существующих и новых товаров на существующих рынках и _____ их объёмов. 63. Выставочные мероприятия, имеющие отраслевой профиль и ориентированные на отечественных специалистов, называются _____. 64. Расходы по участию в выставочном мероприятии: монтаж стенда, его изготовление относятся к расходам по стенду и представлены в _____. 65. Бюджет участия сервисного предприятия в выставочном мероприятии составляется для того, чтобы наглядно представить чему равны _____. 66. Чтобы избежать всевозможных накладок и недоразумений, монтаж экспозиции на выставке должен быть завершен за _____ до открытия
--	--	---	--

	деятельности необходим для: А) Демонстрация новинок сервисного предприятия Б) выбора выставки В) создания продукта, удовлетворяющего запросам потребителя 21. Для выбора выставки с min риском участия необходимо: А) правильно составить договор Б) выяснить качество и организацию В) приобрести дополнительную информацию 22. Информационно-рекламными материалами участников сервисного предприятия выставки являются: А) компьютерные диски Б) фотоальбомы В) буклеты Г) газеты 23. Обязанности руководителя стенда сервисного предприятия во время участия в выставке является: А) Медиа планирование Б) Планирование работы отдела В) Анализ работы		
1.1.3	24. Организация пресс-конференция для СМИ на выставке предполагает: А) презентацию Б) брифинги В) конференции 25. Организацией рабочего дня на стенде сервисного предприятия в выставке является осуществление: А) контроля состояния экспонатов Б) представлении продукта и поддержании интереса к нему у целевой группы посетителей В) коммуникаций в сборе полезной коммерческой информации, в том числе на стендах партнеров и конкурентов	35 Установите соответствие между организационными действиями и названием документа 1 документационное обеспечение участия в выставке основано на 2 организация и предоставление документационного обеспечения участия в выставке регламентируется А) ГОСТ Р 56765-2015 - Деятельность выставочно-ярмарочная. Основные положения регламентируется Б) ГОСТ Р 7.0.97-2016 - требования к оформлению организационно-распорядительных документов В) документах для бухгалтерской отчетности	67. Согласно плану послевыставочной стадии работы предприятия сферы сервиса первый контакт с клиентами должен состояться в течение _____ часов после выставки. 68. Планирование организацию участия в выставки сервисному предприятию наиболее целесообразно начинать за ____ месяцев до ее начала. 69. Самостоятельным экспонентом выставки называется любой участник у которого есть свой_____. 70. Коллегиальный орган, создающийся для общего руководства конкретным выставочным мероприятием, наделяемый широкими полномочиями и несущий ответственность за выполнение

		Г) заявкой и Договором сервисного предприятия для участия в выставке Д) печатные издания, презентации, викторины	стоящих перед ним задач, называется _____ комитетом.
Итого:	25 шт.	10 шт.	35 шт.

Критерии оценивания

Критерии оценивания тестовых заданий

Критерии оценивания: правильное выполнение одного тестового задания оценивается 1 баллом, неправильное – 0 баллов.

Максимальная общая сумма баллов за все правильные ответы составляет наивысший балл – 100 баллов.

Шкала оценивания результатов компьютерного тестирования обучающихся (рекомендуемая)

Оценка	Процент верных ответов	Баллы
«удовлетворительно»	70-79%	61-75 баллов
«хорошо»	80-90%	76-90 баллов
«отлично»	91-100%	91-100 баллов

Ключи ответов

№ тестовых заданий	Номер и вариант правильного ответа
1	А) географический, тематический, территориальный, значимости мероприятия, времени функционирования
2	В) три
3	Б) экспонат
4	А) экспонент
5	В) завязывание деловых контактов
6	А) участия сервисного

36	(менеджер предприятия по выставкам и рекламе, директор)
37	(информирования, информации)
38	(Великобритания)
39	(гостей)
40	(названий, названия)
41	(популярность, известность, продвижение)
42	(интерес)

	предприятия в работе выставки
7	Б) всего человечества
8	В) универсальным
9	Б) три
10	Б) линейный
11	А) международный
12	В) выставки и ярмарки
13	Б) полуостровной
14	В) всемирная ассоциация выставочной индустрии
15	А) уровню значимости
16	А) ART RUSSIA
17	А) Международное бюро выставок
18	В) не нужно обновлять информацию
19	В) анализ результатов участия
20	Б) выбора выставки
21	Б) выяснить качество и организацию
22	В) буклеты
23	Б) планирование работы отдела
24	А) презентацию
25	Б) представлении продукта и поддержании интереса к нему у целевой группы посетителей
26	1В, 2Б
27	1А, 2Б

43	(посетителями)
44	(предметы и образцы, предметы, образцы, экспонаты)
45	(4, четыре)
46	(в 19 веке, в XIX веке, девятнадцатом веке)
47	(торговых)
48	(большим, расширенным, значительным)
49	(экспонентов, товаров, продуктов)
50	(персонального, личного, индивидуального)
51	(линейный)
52	(передвижные)
53	(коллективном, общем)
54	(снижает, уменьшает, сокращает)
55	(присутствовать, находиться, быть представлены)
56	(сувениры, буклеты, листовки)
57	(пресс-конференция, презентация, семинар)
58	(деловой)
59	(международные)
60	(информационными письмами)
61	(региональные)
62	(увеличить)
63	(национальные)

28	1А, 2Б
29	1Б, 2В
30	1Б, 2Г
31	1Б, 2А
32	1В, 2Б
33	1А, 2В
34	1А, 2В, 3Д 4Г
35	1А, 2Г

64	(смете)
65	(расходы)
66	(1 сутки, одни сутки, сутки)
67	(48)
68	(12, двенадцать)
69	(стенд)
70	(выставочным)

Демоверсия

Комплект тестовых заданий

Компетенция ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов

Индикатор ОПК-4.3 Владеет навыками формирования специализированных каналов сбыта сервисных продуктов и услуг

Дисциплина Экспозиционно-выставочная деятельность предприятий сервиса, туризма и индустрии гостеприимства

Задания альтернативного выбора

Выберите один правильный ответ

Простые (1 уровень)

1. Классификация выставочных мероприятий сферы сервиса осуществляется, учитывая различные основания:

А) географический, тематический, территориальный, значимости мероприятия, времени функционирования

Б) всемирные, времени функционирования, значимости мероприятия

В) времени функционирования, международный, национальный, региональный

2. Основные направления работ сервисного предприятия по организации участия в выставке выделяют в несколько периодов:

А) пять

Б) четыре

В) три

Средне –сложные (2 уровень)

3. Главная цель проведения всемирных выставок в сфере сервиса показать достижения:

А) области культуры

Б) всего человечества

В) стран, в которых проводится выставка

4. По тематическому критерию выставки в сервисной сфере необходимо отнести к:

- А) универсальным и межотраслевым
- Б) национальным и межрегиональным
- В) универсальным**

5. Сколько функциональных зон необходимо организовать на выставочном стенде предприятия сферы сервиса:

- А) две
- Б) три**
- В) четыре

6. Вид выставочного стенда открытого только с одной стороны имеет название:

- А) нестандартный
- Б) линейный**
- В) полуостров

7. Статус выставки в сервисной сфере в составе, которой иностранные экспоненты составляют не менее 10% от общего числа участников относится:

- А) международный**
- Б) национальный
- В) региональный

8. Рыночные мероприятия, на которых экспоненты предприятий сферы сервиса выставляют образцы производимых услуг, называются:

- А) выставки;
- Б) ярмарки;
- В) выставки и ярмарки**

9. Наиболее презентабельным для посетителей выставки является стенд сервисного предприятия по форме:

- А) угловой
- Б) полуостровной**
- В) линейный

Сложные (3 уровень)

10. Организация пресс-конференция для СМИ на выставке предполагает:

- А) презентацию**
- Б) брифинги
- В) конференции

Задания на установление соответствия

Установите соответствие между левым и правым столбцами.

Простые (1 уровень)

11. Установите соответствие действиям при закрытии выставки

1. закрытие выставки	А) сдачу оборудования и стенда организатору выставки
----------------------	--

2. закрытие выставки, включая демонтаж стенда и подготовка персонала к отъезду	Б) окончательный расчет с соответствующими подрядчиками
	В) ответственность за возврат арендованного имущества

(1В, 2Б)

Средне-сложные (2 уровень)

12 Установите соответствие критериям работников

1.при планирование, штата работников на стенде сервисного предприятия критериями для подбора сотрудников являются не верными.	А) немногословность, застенчивость, физическая выносливость
2. критериями для подбора штатных сотрудников для работы на стенде сервисного предприятия являются	Б) знание продукции
	В) знание иностранных языков

(1А, 2Б)

13.Установите соответствие для действий персонала

2. планирование действий персонала сервисного предприятия на стенде выставке осуществляется	А) разработчиком продукции
2. персонал сервисного предприятия производит действия на стенде, согласно	Б) руководством предприятия
	В) согласно указаниям руководителя отдела продаж

(1Б, 2В)

14.Установите соответствие в особенностях инструктажа персонала

1 в приёмку стенда и инструктаж персонала входит	А) заказ охраны
2. при инструктаже персонала для работы на стенде обязательно	Б) представление персоналу руководителя стенда и его полномочий
	В) заказ столиков в ресторане
	Г) знакомство с руководителями туристского предприятия

(1Б, 2Г)

15 Установите соответствие между организационными действиями и названием документа

1 документационное обеспечение участия в выставке основано на	А)ГОСТ Р 56765-2015 - Деятельность выставочно-ярмарочная. Основные положения
2 организация и предоставление документационного обеспечения участия в выставке регламентируется	Б) ГОСТ Р 7.0.97-2016 - требования к оформлению организационно-распорядительных документов
	В)документах для бухгалтерской отчётности
	Г) заявкой и Договором сервисного предприятия для участия в выставке

	Д) печатные издания, презентации, викторины
--	--

(1А, 2Г)

Задания открытого типа

Задания на дополнение

Напишите пропущенное слово.

Простые (1 уровень)

16. За работу со средствами массовой информации на выставке от сервисного предприятия отвечает _____. (**менеджер предприятия по выставкам и рекламе, директор**)

17. Наиболее достоверным воздействием рекламы на потребителя на стенде сервисного предприятия является метод _____. (**информирования, информации**)

18. С 1851 г. данная страна является родоначальницей выставок. Эта страна - _____. (**Великобритания**)

Средне-сложные (2 уровень)

19. Активная зона стенда используется для общения и выяснения сферы интересов _____. (**посетителей**)

20. Стендист на выставке начинает заговаривать с посетителями, которые интенсивно рассматривают и изучают выставочные _____. (**предметы и образцы, предметы, образцы, экспонаты**)

21. Отчет об эффективности выставочных контактов готовится не ранее, чем через _____ месяца после выставки. (**4, четыре**)

22. Всемирные выставки появились в _____ веке. (**в 19 веке, в XIX веке, девятнадцатом веке**)

23. Целью ярмарки является предоставление ее участникам возможности выставить образцы своего производства, продемонстрировать новые достижения и технические усовершенствования с целью заключения _____ сделок. (**торговых**)

24. Межрегиональные выставки отличаются от региональных _____ радиусом действия. (**большим, расширенным, значительным**)

25. Все выставки и ярмарки делятся на универсальные и специализированные по характеру выставляемых _____. (**экспонентов, товаров, продуктов**)

26. Приглашения являются самым эффективным способом привлечением клиентов на выставку, если они являются - _____. (**персональными, личными, индивидуальными**)

27. Тип стенда _____ является самым распространенным. (**линейный**)

28. Выставки, в которых используются различные средства транспорта называются _____. (**передвижные**)

Сложные (3 уровень)

29. Согласно плану послевыставочной стадии работы предприятия сферы сервиса первый контакт с клиентами должен состояться в течение _____ часов после выставки. (48)

30. Планирование организацию участия в выставки сервисному предприятию наиболее целесообразно начинать за ____ месяцев до ее начала. (**12, двенадцать**)

Ключи ответов

№ тестовых заданий	Номер и вариант правильного ответа
1	А) географический, тематический, территориальный, значимости мероприятия, времени функционирования
2	В) три
3	Б) всего человечества
4	В) универсальным
5	Б) три
6	Б) линейный
7	А) международный
8	В) выставки и ярмарки
9	Б) полуостровной
10	А) презентацию
11	1В, 2Б
12	1А, 2Б
13	1Б, 2В
14	1Б, 2Г
15	1А, 2Г

16	менеджер предприятия по выставкам и рекламе, директор
17	информирования, информации
18	Великобритания
19	посетителей
20	предметы и образцы, предметы, образцы, экспонаты
21	4, четыре
22	в 19 веке, в XIX веке, девятнадцатом веке
23	торговых
24	большим, расширенным, значительным
25	экспонентов, товаров, продуктов
26	персональными, личными, индивидуальными
27	линейный
28	передвижные
29	48
30	12, двенадцать