**Варианты контрольных работ для студентов заочной и очной**

**форм обучения ( по двум последним цифрам зачётки)**

**Алгоритм выполнения контрольной работы:**

Задание обучающимся выбирается в соответствии с номером зачетки (по последним двум цифрам, соответствующим номеру задания). Задание выполняется в печатном виде на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210х297 мм) через полтора интервала, шрифт Times New Roman, размер букв шрифта 14, цвет черный.

При оформлении заданий необходимо соблюдать следующие размеры полей:

* правое – 10 мм;
* левое – 30 мм;
* верхнее – 20 мм;
* нижнее – 20 мм.

**При выполнении задания обязательно указание перечня использованных источников. Сами источники обязательно указываются по степени применения в контрольной работе, пример: [1].**

Задание представляется преподавателю в печатном виде. При представлении задания оцениваются полнота реализации задания, грамотность использованных источников, ответы на вопросы, аргументация позиции, обязательно приводятся конкретные примеры для каждого вопроса, а также исследования рассматриваемых вопросов ***за последние 5 лет***. Объем выполненной работы может достигать до 10- 15 стр.

1. ***Для ответов на вопросы контрольной работы необходимо обязательное посещение выставочного специализированного мероприятия, мероприятия деловой программы, которое проходило на территории любого средства размещения*  на выбор студента – это является допуском к зачёту,:**

**А) специализированных, тематических выставок в любом регионе РФ или СНГ, или любой другой страны по желанию студента на базе гостиничного предприятия, участие в он-лайн мероприятия деловой программы и предоставление скрин шота и других документов, подтверждающих участие, которое относится к гостиничному предприятию. Отчёт о посещении выставки – является Приложением к контрольной работе и состоит из краткого фотоотчёта студента и его личных фотографий, на которых он представлен, о его посещении выставки, стендов, деловых программ, буклетов и т.д., а также краткого описания деятельности выставки.**

**Б) мероприятий деловой программы выставочного мероприятия гостиничной тематики с подробным описанием и предоставлением фотоотчёта.**

**В) участие студента в работе специализированной выставки с предоставлением подробного фотоотчета и описания деятельности на выставке.**

1. **Для получения аттестации ( для получения аттестации в виде «автомата») по предмету возможно выполнение проекта выставочного стенда гостиничного предприятия, который состоит из следующих частей:**

**- чертёж стенда выполненный в виде карандашного эскиза или с использованием компьютерной программы;**

**- Описания, которое прилагается на отдельном листе по плану:**

**а) название гостиничного предприятия,**

**б) даты проведения, классификационный вид выставки;**

**в) заполнение стенда экспонатами ( их перечисление и нумерация на чертеже);**

**г) перечень раздаточного материала;**

**д) способы привлечения посетителей к данному стенду;**

**е) вариант деловой программы с примерным сценарием проведения;**

**ж) смета участия.**

**Вариант 1.**

1. Классификация выставочных мероприятий.
2. Как следует поддерживать и укреплять договоренности, достигнутые на выставке.

**Вариант 2.**

1. 1 Характеристика основных стадий выставочных мероприятий
2. Как следует поддерживать и укреплять договоренности, достигнутые на выставке Организация документационного обеспечения участия в выставке.

**Вариант 3.**

1. Основные направления по организации участия в выставке.
2. Организация бухгалтерского учета и отчетности экспонента.

**Вариант 4**

1. Этапы типового плана по подготовке и проведению выставки.
2. Организационные аспекты выставочной рекламы.

**Вариант 5.**

1. Анализ рынка выставочно-ярмарочных услуг.
2. Организационные аспекты рекламы на стенде.

**Вариант 6.**

1. Определение целей участия в выставке.
2. Задачи персонала стенда в работе с экспонатурой.

**Вариант 7.**

1. Выбор выставочного мероприятия.
2. Способы привлечения внимания посетителей к стенду.

**Вариант 8.**

1. Выбор выставки с минимальным риском.
2. Общепринятая практика привлечения внимания посетителей к выставке.

**Вариант 9.**

1. Оценка шансов на коммерческий успех на выставке.
2. Нетрадиционные приемы привлечения внимания посетителей к стенду.

**Вариант 10.**

1. Подача заявки на участие в выставке.
2. Затраты на выставочный стенд и образцы продукции.

**Вариант 11.**

1. План и технология работ по организации мероприятий по организации участия в выставке.
2. Затраты на оплату труда работников, участвующих в выставке.

**Вариант 12.**

1. Проектирование и оформление стенда.
2. Расходы на рекламную продукцию и сувениры.

**Вариант 13.**

1. Отказ от заявленного участия и его последствия.
2. Особенности учета и отчетности на раздачу сувениров.

**Вариант 14.**

1. План-график работы по подготовки к выставке.
2. Особенности учета и отчетности по расходам на розыгрыш призов.

**Вариант 15.**

1. Планирование штата работников стенда.
2. Разбор результатов участия в выставке и подведение итогов.

**Вариант 16.**

1. Подготовка и издание информационно-рекламных материалов.
2. Что необходимо подробно проанализировать по ходу разбора результатов.

**Вариант 17.**

1. Планирование транспортировки грузов на выставку и обратно.
2. Рекламные службы предприятий.

**Вариант 18.**

1. Календарный план работы на стенде.
2. Организационные аспекты выставочной рекламы.

**Вариант 19.**

1. Работа на выставке со средствами массовой информации.
2. Организационные аспекты рекламы на выставке.

**Вариант 20.**

1. Организация монтажных, оформительских и демонтажных работ.
2. Формы рекламы на выставках.

**Вариант 21.**

1. Приемка стенда и инструктаж персонала на выставке.
2. Личностные виды рекламы на выставке.

**Вариант 22.**

1. Организация рабочего дня на выставке.
2. Безличностные формы рекламы.

**Вариант 23.**

1. Изучение стендов партнеров и конкурентов.
2. Бюджет на рекламу на выставке и смета расходов.

**Вариант 24.**

1. Закрытие выставки, демонтаж стенда и подготовка персонала к отъезду.
2. Основные направления рекламной работы менеджера.

**Вариант 25.**

1. Подготовка итогового отчета об участии в выставке.
2. Психология рекламы.

**Вариант 26.**

1. Для чего необходим отчет о выставке.
2. Имидж фирмы.

**Вариант 27.**

1. Фирменный стиль.
2. Выставки как инструмент маркетинга.

**Вариант 28.**

1. Паблик рилейшнз (РR) как организация связей с общественностью.
2. Классификация выставочных мероприятий.

**Вариант 29.**

1. Формы, методы и акценты в паблик рилейшнз.
2. Характеристика основных стадий выставочных мероприятий.

**Вариант 30.**

1. Методы и правила РR.
2. Основные направления по организации участия в выставке.

**Вариант 31.**

1. Три золотых правила РR для бизнеса.
2. Этапы типового плана по подготовке и проведению выставки.

**Вариант 32.**

1. Работа менеджера предприятия с рекламными агентствами.
2. Анализ рынка выставочно-ярмарочных мероприятий.

**Вариант 33.**

1. Особенности правовых норм участия в российских выставках.
2. Выбор выставочного мероприятия.

**Вариант 34.**

1. Особенности договорных отношений участника с устроителем выставки.
2. Определение целей участия в выставке.

**Вариант 35.**

1. Особенности условий участия в выставке.
2. Подача заявки на участие в выставке.

**Вариант 36.**

1. Коллективная экспозиция на выставке или ярмарке.
2. Обязанности руководителя стенда.

**Вариант 37.**

1. Тематические и национальные разделы на международных и всемирных выставках.
2. Приемка стенда и инструктаж персонала.

**Вариант 38.**

1. Особенности участия России в выставках и ярмарках за границей.
2. Организация рабочего дня на стендах.

**Вариант 39.**

1. Способы привлечения внимания к стендам.
2. Международные туристские выставки.

**Вариант 40.**

1. Подготовка итогового отчета об участия в выставке.
2. всемирные туристские выставки.

**ЛИТЕРАТУРА:**

**Основная литература:**

1. Шарков Ф.И. «Выставочный коммуникационный менеджмент( управление выставочными коммуникациями)»Учебник.-М.: «Альфа-Пресс», 2006;- 256с.
2. Петелин В.Г. «Основы менеджмента выставочной деятельности» Учебник.- М.: «Юнити-Дана», 2005;- 447с.

**Дополнительная литература:**

1. <http://www.uefexpo.ru/> -Российский союз выставок и ярмарок:
2. Национальный стандарт "Деятельность выставочно-ярмарочная. Основные положения"
3. **МЕЖДУНАРОДНЫЙ СОЮЗ ВЫСТАВОК И ЯРМАРОК (МСВЯ) -** [**http://www.exponet.ru/exhibitions/online/servicemo2004/uefexpo.ru.html**](http://www.exponet.ru/exhibitions/online/servicemo2004/uefexpo.ru.html)
4. **Беляновский А.С. Экспонент, помоги себе сам!,**2010

Книга посвящена вопросам конкретной методической помощи экспоненту по организации продуманного и эффективного участия в выставках.

1. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности, 2010
2. Габдуллина Л.М., Липина Е.С. Выставочно-ярмарочная деятельность как инструмент маркетинга, 2014
3. Южно-Уральский профессиональный институт, Челябинск, Россия. Выставочно-ярмарочная деятельность как элемент комплекса продвижения услуг, 2011