

**Автономная некоммерческая организация профессионального
образования "Колледж инноваций "Профессионал"
(АНО ПО «Колледж инноваций "Профессионал"»)**

УТВЕРЖДЕНО:

Директор АНО ПО



Коновалова М.В.

«16» апреля 2026

СОГЛАСОВАНО:

Начальник ФБУ «ЦОК ВКС»



В.С. Лужбин

М.П.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

профессионального модуля

**ПМ.01 ПОДГОТОВКА И СОПРОВОЖДЕНИЕ ПРОВЕДЕНИЯ
ВЫСТАВОК**

по специальности среднего профессионального образования

38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность

(код, наименование специальности)

Квалификация выпускника: Специалист конгрессно-выставочной деятельности

Москва, 2026

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность, утвержденного Приказом Минпросвещения России от 30.06.2025 № 503, зарегистрированного в Минюсте России 23.07.2025 №83048.

Организация-разработчик:

Автономная некоммерческая организация профессионального образования "Колледж инноваций "Профессионал" (АНО ПО «Колледж инноваций "Профессионал")

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Общая характеристика	
1.1. Цель и место профессионального модуля «ПМ.01 Подготовка и сопровождение проведения выставок» в структуре образовательной программы.....	4
1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля.....	4
2. Структура и содержание профессионального модуля	8
2.1. Трудоемкость освоения модуля	8
2.2. Структура профессионального модуля	8
2.3. Примерное содержание профессионального модуля.....	9
2.4. Курсовой проект (работа) (для специальностей СПО, если предусмотрено).....	
3. Условия реализации профессионального модуля.....	
3.1. Материально-техническое обеспечение.....	18
3.2. Учебно-методическое обеспечение	18
4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины	
.....Ошибка! Закладка не определена.....	

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ПМ.01 Подготовка и сопровождение проведения выставок»

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности «Подготовка и сопровождение проведения выставок».

Профессиональный модуль включен в обязательную часть образовательной программы

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника (п. 4.3 ПОП).

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен¹:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК.01	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте, анализировать и выделять её составные части; определять этапы решения задачи, составлять план действия, реализовывать составленный план, определять необходимые ресурсы; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; структура плана для решения задач, алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; основные источники информации и ресурсы для решения задач и/или проблем в профессиональном и/или социальном контексте; методы работы в профессиональной и смежных сферах; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности	-

¹ Берутся сведения, указанные по данному виду деятельности в п. 4.2.

ОК 03	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности, выявлять источники финансирования презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности определять источники достоверной правовой информации составлять различные правовые документы находить интересные проектные идеи, грамотно их формулировать и документировать оценивать жизнеспособность проектной идеи, составлять план проекта	содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология возможные траектории профессионального развития и самообразования основы предпринимательской деятельности, правовой и финансовой грамотности правила разработки презентации основные этапы разработки и реализации проекта	
ПК 1.1	классифицировать потенциальных участников торгово-промышленной выставки, мероприятий деловой и дополнительной программы выставок по возможной заинтересованности в участии в торгово-промышленной выставке;	методы и инструменты работы с базами данных; виды и особенности организационных структур организаций и сферы ответственности руководителей и специалистов	поиск, внесение и обновление контактных данных новых потенциальных участников торгово-промышленных выставок, мероприятий деловой и дополнительной программы выставок в клиентскую базу;

	работать с деловыми электронными и интернет-справочниками, основными программами офисных программных пакетов по управлению клиентскими базами, управлению организацией		выборка по базе данных потенциальных участников для осуществления работы по привлечению участников торгово-промышленных выставок, мероприятий деловой и дополнительной программы выставок
ПК 1.2.	создавать мультимедиа-презентации с помощью специализированного программного обеспечения; осуществлять коммуникации с разными типами клиентов, определять запросы потенциального клиента, работать с возражениями; вести деловую переписку	деловой этикет и основы делопроизводства; методы эффективных публичных выступлений и презентаций; английский язык (письменный и устный) на среднем уровне в сфере выставочной деятельности; методы ведения деловых переговоров; этические нормы профессиональной деятельности	подготовка презентаций, информационных писем и приглашений для привлечения к участию в торгово-промышленной выставке различных групп потенциальных участников; консультирование потенциальных участников о торгово-промышленной выставке, мероприятиях деловой и дополнительной программы выставки в соответствии с их интересами и запросами; сбор необходимой заявочной документации для регистрации организации в качестве участника торгово-промышленной выставки
ПК 1.3.	пользоваться информационно-коммуникационными технологиями для поиска информации; разрабатывать тексты рекламных и информационных сообщений для размещения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и деловых изданиях;	методы разработки рекламных и информационных текстов; технологии и методы поиска информации; этические нормы профессиональной деятельности	подготовка текстового и иллюстративного материала для включения в презентационные и маркетинговые материалы торгово-промышленной выставки, в том числе обработка материалов для обеспечения правильности приводимых цитат, имен, цифр и фактических данных;

	определять актуальные темы публикаций о торгово-промышленных выставках для целевой аудитории		подготовка текстов пресс-релизов, пост-релизов, новостей для размещения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и деловых изданиях
ПК 1.4.	определять набор заявочных документов, которые необходимо оформить для конкретного участника в зависимости от набора заказанных им выставочных услуг и формы участия в торгово-промышленной выставке; организовывать систематизированное хранение бумажных и электронных документов; осуществлять почтовый и электронный документооборот	основы бухгалтерского учета; нормативные правовые акты в сфере организации коммерческого документооборота; основы документооборота; этические нормы профессиональной деятельности	подготовка, оформление, изменение необходимых заявочных документов от потенциальных участников в торгово-промышленной выставке; оформление документов на оплату участником торгово-промышленной выставки заказанных услуг, а также документов, подтверждающих факт оказания выставочных услуг в соответствии с заявочной документацией
ПК 1.5.	осуществлять коммуникации с использованием современных средств связи (видеоконференции, вебинары); применять методы и способы эффективной деловой коммуникации с учетом индивидуальных особенностей потенциального участника; планировать и применять тактику проведения переговоров; разрабатывать информационные	основы психологии; основы этики делового общения и межкультурной коммуникации; технологии организации эффективного участия в выставке; современные тенденции в сфере организации коммуникаций на выставке, оформления выставочных стендов, выставочного оборудования; история выставочного дела и индустрии встреч;	проведение консультаций по запросу участников торгово-промышленной выставки; формирование комплекта информационных материалов по эффективному участию в торгово-промышленной выставке для размещения на сайте торгово-промышленной выставки или выставочной организации для быстрого доступа участников торгово-промышленной выставки

	материалы методического характера	этические нормы профессиональной деятельности	
--	--------------------------------------	---	--

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	528
в т. ч.:	
теоретическое обучение	180
практические занятия	240
Промежуточная аттестация	18

2.2. Структура профессионального модуля

Код ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Обучение по МДК, в т.ч.:	Учебные занятия	Курсовая работа (проект)	Самостоятельная работа	Учебная практика	Производственная практика
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ОК1, ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5	Раздел 1. Организация выставки	208	120	208	88	x	-		
ОК3, ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5	Раздел 2. Продвижение выставочного продукта и услуг	212	120	212	92	x	-		
ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5	Учебная практика	72	72					72	
ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5	Производственная практика	72	72						72
	Промежуточная аттестация	-	-						
	Всего:	528	240	240	180	X	X	72	72

2.3. Примерное содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	Примерное содержание учебного материала, практических и лабораторных занятия, курсовой проект (работа)	Количество часов
Раздел 1. Организация выставки (208 часов)		
МДК.01.01 Организация выставки		
Тема 1. Обзор рынка торгово-промышленных выставок (ТПВ)	Содержание Понятие «торговая» и «торгово-промышленная выставка». Функции выставок. Цели и задачи организаторов. Материально-техническая база торговых выставок. Тематика торговых и торгово-промышленных выставок. Выставочная индустрия развитых стран. Характеристика крупнейших зарубежных центров выставочной деятельности. Тенденции развития выставочно-ярмарочной деятельности в мире. Анализ структуры и динамики развития индустрии выставок, ярмарок и салонов. Характеристика международной нормативно-правовой базы выставочно-ярмарочной деятельности. Инновационные тенденции развития выставочной деятельности в России и мире. Современные тенденции в сфере организации коммуникаций на выставке. История выставочного дела и индустрии встреч	8
	В том числе практических и лабораторных занятий Обзор рынка торгово-промышленных выставок (ТПВ)	8
Тема 2. Классификация выставочных мероприятий	Содержание Классификация выставок по географическому составу экспонентов (всемирные, международные, выставки с международным участием, национальные, межрегиональные, местные). Классификация по тематическому или отраслевому признаку (универсальные и специализированные (многоотраслевые и отраслевые)). Классификация по степени значимости (федерального, межрегионального, регионального, местного значения). Классификация по времени функционирования (постоянно действующие, временные, краткосрочные). Классификация по организационному признаку (выставки-ярмарки, выставка-конференция, выставка-форум, выставка-салон). Классификация по территориальному признаку (проводимые внутри страны и на территории других стран).	8

	В том числе практических и лабораторных занятий Классификация выставочных мероприятий	6
Тема 3. Оформление выставочного пространства	Содержание	
	Концепция торгово-промышленной выставки, основные цели и задачи, структура мероприятия. Выставочный дизайн и художественное оформление. Технические и хозяйственные помещения. Методика построения экспозиционного плана информационно-техническое оснащение; формирование индивидуальных застроечных модулей, их типы и зависимость от целей строителей и характера выставки. Выставочное оборудование. Застройка выставочного павильона (организация процесса въезда экспонентов, ввоза оборудования, контроль за состоянием стендов и оборудования, состоянием противопожарной безопасности). Организация оборудования сцены, звука, художественного оформления павильона. Организация сервис-бюро.	8
	В том числе практических и лабораторных занятий	
	Основные понятия, принципы и методы построения экспозиции. Характеристика основных видов экспозиции. Разработка тематико-экспозиционного плана.	8
	Типология и оборудование выставочных (экспозиционных) комплексов.	8
	Выставочный дизайн и его особенности.	6
Тема 4. Технологии подготовки выставки	Содержание	
	Технология работ по организации участия в выставке. Создание рабочих групп и дирекции выставки. Методы организации, формы участия и работы на стенде. Финансовый план выставки. Планирование и координация действий в период подготовки выставки. Значение выставочного стенда в организационном процессе. Подбор и обучение персонала. Учет запросов посетителей выставки. Определение целесообразности участия в выставочном мероприятии. Технологии организации эффективного участия в выставке. Разработка информационных материалов методического характера.	8
	В том числе практических и лабораторных занятий	
	Технологии подготовки выставки	8
	Значение выставочного стенда в организационном процессе.	8
	Определение целесообразности участия в выставочном мероприятии.	8

	Консультирование участников выставки по вопросам организации их участия	8
Тема 5. Документооборот выставки, в том числе электронный	Содержание	
	Подготовка, оформление, изменение необходимых заявочных документов от потенциальных участников в торгово-промышленной выставке. Оформление документов на оплату участником торгово-промышленной выставки заказанных услуг, а также документов, подтверждающих факт оказания выставочных услуг в соответствии с заявочной документацией. Нормативные правовые акты в сфере организации коммерческого документооборота. Этические нормы профессиональной деятельности.	8
	В том числе практических и лабораторных занятий	
	Документооборот выставки, в том числе электронный	8
Тема 6. Организация деловой программы выставки	Содержание	
	Виды мероприятий программы выставки. Специфика организации деловой программы на выставке. Методика 4P и FollowUp. Планирование и дизайн программы. Реклама и информирование потенциальных участников. Выбор, оборудование и оформление помещений. Методы эффективных публичных выступлений и презентаций. Консультирование потенциальных участников о торгово-промышленной выставке, мероприятиях деловой и дополнительной программы выставки в соответствии с их интересами и запросами	8
	В том числе практических и лабораторных занятий	
	Организация деловой программы выставки	
Тема 7. Спонсорство на выставке	Содержание	
	Виды спонсорства на выставке. Положение о спонсорстве. Разработка пакета предложений для потенциальных спонсоров	8
	В том числе практических и лабораторных занятий	
	Спонсорство на выставке	8
Тема 8. Сервисное обслуживание на выставках	Содержание	
	Понятие о сервисном обслуживании. Виды предоставляемых сервисных услуг. Выбор и привлечение организаций, предприятий, фирм по предоставлению услуг. Маркетинг сервисных услуг. Виды дополнительных услуг. Формы предоставления услуг и виды оплаты. Услуги по транспортно-экспедиторской обработке выставочных грузов. Услуги по рекламе. Услуги для	8

	участников по предоставлению визовой поддержки, бронированию гостиницы, трансферу. Услуги по организации деловой и культурной программы. Международные требования к номенклатуре и качеству услуг.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	
	Сервисное обслуживание на выставках	6
Тема 9 Информационная поддержка выставки	Содержание	
	Пресс-служба выставки как механизм обеспечения PR в СМИ. Рекламная кампания в СМИ. Интернет-продвижение торгово-промышленной выставки	8
	В том числе практических и лабораторных занятий	
	Информационная поддержка выставки	8
Тема 10. Составление сметы расходов	Содержание	
	Смета расходов – необходимая составляющая при планировании выставки. Методика расчетов и ее основные статьи расходов	8
	В том числе практических и лабораторных занятий	
	Бюджетирование на выставке	8
Тема 11. Организация взаимодействия участников и организаторов выставочного мероприятия	Содержание	
	Разработка заявки и договора для участников выставки. Методы формирования цен на предоставление услуг организаторов выставки. Организация процесса регистрации. Предоставляемые дополнительные услуги и их оформление. Завершение выставочного мероприятия и оформление соответствующей документации.	4
	В том числе практических и лабораторных занятий	
	Организация взаимодействия участников и организаторов выставочного мероприятия	8
Тема 12. Оценка эффективности выставки	Содержание	
	Коммуникативная эффективность. Экономическая эффективность. Выставочный аудит. Процедура сбора и анализа статистических данных выставки. Выставка как инструмент исследования рынка и потребительских предпочтений. Формирование комплекта информационных материалов по эффективному участию в торгово-промышленной выставке для размещения на сайте торгово-промышленной выставки или выставочной организации для быстрого доступа участников торгово-промышленной выставки. Современные тенденции в сфере организации коммуникаций на выставке,	4
	В том числе практических и лабораторных занятий	

	Оценка эффективности выставки	6
Раздел 1. Продвижение выставочного продукта и услуг (212 часов)		
МДК.02.01 Продвижение выставочного продукта и услуг		
Тема 1. Управление каналами распределения и продаж выставочного продукта и услуг	Содержание	
	Разработка стратегии ценообразования на выставочные продукты и услуги. Методы определения цены. Корректировка цены. Управление каналами распределения и продаж выставочного продукта и услуг. Методы и инструменты работы с базами данных, виды и особенности организационных структур организаций и сферы ответственности руководителей и специалистов. Типы маркетинговых посредников. Виды распределения выставочного продукта и услуг. Поставщики и подрядчики. Сервисные сети и аутсорсинг в выставочной индустрии. Продавцы. Актуальная нормативно-правовая документация, современная научная и профессиональная терминология, возможные траектории профессионального развития и самообразования.	12
	В том числе практических и лабораторных занятий	
	Управление каналами распределения и продаж выставочного продукта и услуг	15
Тема 2. Разработка эффективной программы коммуникаций выставочного продукта и услуг	Содержание	
	Программа коммуникаций и место выставочного продукта и услуг в жизненном цикле продукта. Зависимость программы коммуникаций от стадии готовности экспонента к покупке. Разработка программы коммуникаций с учетом сегментации экспонентов. Посетители как элемент маркетинга выставочного продукта и услуг. Личные продажи в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг. Спонсорство как диверсифицированное рыночное предложение в выставочной индустрии. Технологии прямого маркетинга в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг. Осуществление коммуникации с использованием современных средств связи (видеоконференции, вебинары), применение методов и способов эффективной деловой коммуникации с учетом индивидуальных особенностей потенциального участника, планирование и применение тактики проведения переговоров, разработка информационных материалов методического характера.	12

	В том числе практических и лабораторных занятий	
	Разработка эффективной программы коммуникаций выставочного продукта и услуг	15
Тема 3. Технологии прямого маркетинга в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг	Телемаркетинг. Прямая рассылка. Почтовая рассылка. Правило «40-40-20». Оценка эффективности почтовой рассылки. Другие виды прямой рассылки.	12
	В том числе практических и лабораторных занятий	
	Технологии прямого маркетинга в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг	
Тема 4. Стимулирование сбыта в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг	Демонстрации на родственной или конкурирующей выставке. Составление правильного плана-графика распространения продукции (определение мест концентрации сегментированной аудитории). Промо-акции. Купоны. Сувениры. Премии. Скидки. Дополнительные услуги. Развлечения. Видеобуклеты. Конкурсы. Буклеты.	12
	В том числе практических и лабораторных занятий	
	Стимулирование сбыта в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг.	15
Тема 5. Технологии рекламы выставочного продукта и услуг в СМИ	Содержание	
	Исследования и планирование. Основы предпринимательской деятельности, правовой и финансовой грамотности, правила разработки презентации. Этапы рекламной кампании выставочного продукта и услуг. Основы бухгалтерского учета, нормативные правовые акты в сфере организации коммерческого документооборота, основы документооборота, этические нормы профессиональной деятельности. Формы работы со СМИ. Разработка рекламной стратегии. Реклама в прессе. Реклама на телевидении. Реклама на радио. Наружная реклама.	12
	В том числе практических и лабораторных занятий	
Тема 6. Продвижение выставочного продукта и услуг в Интернете	Технологии рекламы выставочного продукта и услуг в СМИ	
	Содержание	
	Роль и специфика рекламы в Интернете. Виды представительства выставки в Сети. Интернет-маркетинг выставочного продукта и услуг.	10
	В том числе практических и лабораторных занятий	
	Продвижение выставочного продукта и услуг в Интернете	15

Тема 7. Паблик рилейшнз на выставочном поле	Содержание	
	Цели, задачи, инструменты общественных связей на выставочном поле. Работа с профессиональными и общественными отраслевыми объединениями. Деловой этикет и основы делопроизводства методы эффективных публичных выступлений и презентаций английский язык (письменный и устный) на среднем уровне в сфере выставочной деятельности методы ведения деловых переговоров, этические нормы профессиональной деятельности. Обеспечение государственной поддержки выставки. Общественная деятельность, паблисити. Презентации и специальные проекты выставочного продукта и услуг. Методическая и научная деятельность, исследования и статистика. Международные связи. Приемы, деловые встречи. Паблик рилейшнз в СМИ. Специфика технологий паблик рилейшнз в СМИ. Пресс-служба выставки как механизм обеспечения PR в СМИ. Организация пресс-конференций выставочного продукта и услуг.	12
	В том числе практических и лабораторных занятий	
Тема 8. Специфика рекламных и информационных материалов выставочного продукта и услуг в СМИ. Вербальный и визуальный ряд рекламных сообщений выставки	Паблик рилейшнз на выставочном поле	15
	Особенности информационных материалов выставочного продукта и услуг в периодической печати, на телевидении и радиовещании. Разновидности информационных материалов в прессе. Жанровое разнообразие эфирной журналистики. Особенности рекламного обращения выставки. Вербальный и визуальный ряд рекламного обращения. Жанровая специфика рекламы. Название выставки как ядро вербального ряда выставочной рекламы. Визуальный ряд рекламы выставки. Товарный знак выставки. Фирменный стиль выставки. Особенности разработки печатного рекламного обращения выставки. Рекламные обращения выставки в теле- и радиозфире. Разработка информационных писем выставки. Печатная полиграфическая продукция. Рекламные буклеты. Каталоги. Мультимедийная презентация выставочного проекта. Сувенирная и наградная продукция. Использование фото- и видеоматериалов выставочного продукта и услуг. Подготовка текстового и иллюстративного материала для включения в презентационные и маркетинговые материалы торгово-промышленной выставки, в том числе обработка материалов для обеспечения	10

	правильности приводимых цитат, имен, цифр и фактических данных. Подготовка текстов пресс-релизов, пост-релизов, новостей для размещения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и деловых изданиях.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	
	Специфика рекламных и информационных материалов выставочного продукта и услуг в СМИ. Вербальный и визуальный ряд рекламных сообщений выставки	15
Учебная практика Раздела 1 Виды работ: 1. Обзор рынка торгово-промышленных выставок (ТПВ) 2. Классификация выставочных мероприятий 3. Оформление выставочного пространства 4. Технологии подготовки выставки 5. Документооборот выставки, в том числе электронный 6. Организация деловой программы выставки 7. Современные тенденции в сфере организации коммуникаций 8. Методы эффективных публичных выступлений и презентаций 9. Методы ведения деловых переговоров 10. Консультирование потенциальных участников о торгово-промышленной выставке, мероприятиях Деловой и дополнительной программы выставки в соответствии с их интересами и запросами 11. Подготовка презентаций, информационных писем и приглашений для привлечения к участию в Торгово-промышленной выставке различных групп потенциальных участников 12. Основы психологии. Основы этики делового общения и межкультурной коммуникации. Технологии организации эффективного участия в выставке 13. Консультировать участников выставки по вопросам организации их участия 14. Спонсорство на выставке 15. Сервисное обслуживание на выставках 16. Информационная поддержка выставки 17. Составление сметы расходов 18. Организация взаимодействия участников и организаторов выставочного мероприятия 19. Оценка эффективности выставки Учебная практика Раздела 2 Виды работ: Управление каналами распределения и продаж выставочного продукта и услуг. Разработка эффективной программы коммуникаций выставочного продукта и услуг. Технологии прямого маркетинга в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг. Стимулирование сбыта в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг. Технологии рекламы выставочного продукта и услуг в СМИ. Продвижение выставочного продукта и услуг в Интернете. Паблик рилейшнз на выставочном поле. Специфика рекламных и информационных материалов выставочного продукта и услуг в СМИ.		

Вербальный и визуальный ряд рекламных сообщений выставки. Производственная практика Раздела 1 Виды работ: 1. Ознакомление с деятельностью организации. 2. Ознакомление с правилами внутреннего распорядка и техникой безопасности на рабочем месте. 3. Ознакомление с учредительными документами и Уставом торгово-промышленной выставки. 4. Ознакомление с приказом об учетной политике организации. 5. Подготовка, оформление, изменение необходимых заявочных документов от потенциальных участников в торгово-промышленной выставке 6. Оформление документов на оплату участником торгово-промышленной выставки заказанных услуг, а также документов, подтверждающих факт оказания выставочных услуг в соответствии с заявочной документацией 7. Подготовка презентаций, информационных писем и приглашений для привлечения к участию в торгово-промышленной выставке различных групп потенциальных участников 8. SWOT-анализ — это метод стратегического планирования, основанный на оценке факторов, влияющих на развитие компании. ТПВ 9. Ознакомление с правилами оформления выставочного пространства 10. Изучение технологий подготовки выставки 11. Изучение процесса организация деловой программы выставки 12. Определение места спонсорства на выставке 13. Ознакомление с сервисным обслуживанием на выставках 14. Ознакомление с разнообразием информационной поддержки выставки 15. Сбор необходимой заявочной документации для регистрации организации в качестве участника торгово-промышленной выставки 16. Изучение методики составления сметы расходов на организацию выставки 17. Ознакомление с процессом организации взаимодействия участников и организаторов выставочного мероприятия. 18. Изучение способов оценка эффективности выставки. Производственная практика Раздела 2 Виды работ: 1. Разработка стратегии управления каналами распределения и продаж выставочного продукта и услуг. 2. Разработка эффективной программы коммуникаций выставочного продукта и услуг. 3. Изучение технологии прямого маркетинга в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг. 4. Изучение приемов стимулирования сбыта в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг. 5. Планирование и разработка рекламы выставочного продукта и услуг в СМИ. 6. Изучение стратегии продвижения выставочного продукта и услуг в Интернете. 7. Использование приемов паблик рилейшнз на выставочном поле. 8. Изучение специфики рекламных и информационных материалов выставочного продукта и услуг в СМИ.	
--	--

9. Разработка вербального и визуального ряда рекламных сообщений выставки.	
Рекомендуемая форма промежуточной аттестации – экзамен по модулю	
Всего 582 часа	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет «Выставочный зал» (по БТИ 15):

- рабочее место преподавателя - 1 шт.;
- столы ученические - 14 шт.;
- стулья ученические - 28 шт.;
- маркерная доска - 1 шт.;
- компьютер - 1 шт.;
- проектор - 1 шт.;
- доска для проектора - 1 шт.;
- наглядные пособия - 28 шт.;
- комплекты учебно-методической документации по дисциплинам - 28 шт.;
- шкаф для хранения учебных материалов - 1 шт.
- манекены – 5 шт.;
- держатели для одежды – 5 шт.;
- островные горки – 2 шт.;
- пристенные горки – 2 шт.;
- промо-стойка – 2 шт.

Кабинет самостоятельной и воспитательной работы (по БТИ 15):

- рабочее место преподавателя - 1 шт.;
- столы ученические - 14 шт.;
- стулья ученические - 28 шт.;
- маркерная доска - 1 шт.;
- компьютер - 1 шт.;
- проектор - 1 шт.;
- доска для проектора - 1 шт.;
- наглядные пособия - 28 шт.;
- комплекты учебно-методической документации по дисциплинам - 28 шт.;
- шкаф для хранения учебных материалов - 1 шт.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Фомичев, В. И. Выставочное дело : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. И. Фомичев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 134 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-

5-534-08096-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/540378>

2. Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 194 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07508-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516114>

3. Событийное волонтерство : учебник / М. А. Мазниченко [и др.] ; под общей редакцией М. А. Мазниченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 155 с. — ISBN 978-5-534-14091-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544162>

4. Сологубова, Г. С. Технология выставочной деятельности : учебник для среднего профессионального образования / Г. С. Сологубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 248 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15599-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544790>

5. Скобельцына, А. С. Технология и организация информационно-экскурсионной деятельности : учебник для среднего профессионального образования / А. С. Скобельцына, А. П. Шарухин. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 251 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18077-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/540719>

3.2.2. Дополнительные источники

1. ГОСТ Р 56765-2023. Национальный стандарт Российской Федерации. Деятельность выставочно-ярмарочная. Основные положения" (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 28.12.2023 N 1740-ст) https://www.consultant.ru/law/podborki/organizaciya_vystavok/

2. Гражданский кодекс Российской Федерации от 18 декабря 2006 года №230-ФЗ Четвертая часть

3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (действующая редакция);

4. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 08.08.2024) "О защите прав потребителей".

5. Организация выставок
https://www.consultant.ru/law/podborki/organizaciya_vystavok/

6. Застройка выставочных стендов и экспозиций. Термины и определения ГОСТ Р 70365—2022 Утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 23 сентября 2022 г. № 981-ст. <https://www.exporcentr.ru/ru/organizers/documents/>
Формы документов

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоения компетенций)	Формы контроля и методы оценки
ОК 01	Обучающийся выбирает способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Текущий контроль в форме экспертного наблюдения и проверки при: -проведении устного и письменного опроса; -выполнении практических занятий; -выполнении тестовых заданий; -выполнении контрольных работ по темам. Решение практико-ориентированных (ситуационных) заданий. Защита отчетов по учебной и производственной практике. Экзамен по модулю
ОК 03	Обучающийся планирует и реализует собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использует знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	
ПК 1.1.	Обучающийся формирует и актуализирует базы данных участников торгово-промышленных выставок, а также мероприятий деловой и дополнительной программы выставок	
ПК 1.2.	Обучающийся осуществляет коммуникации с целью привлечения участников выставок с использованием современных средств связи	
ПК 1.3.	Обучающийся разрабатывает информационные материалы о выставках	
ПК 1.4.	Обучающийся ведет документооборот выставки, в том числе электронный	
ПК 1.5.	Обучающийся консультирует участников выставки по вопросам организации их участия	