



ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Совет по профессиональным квалификациям торговой, внешнеторговой
и по отдельным видам предпринимательской и экономической деятельности

ПРИМЕР ОЦЕНОЧНОГО СРЕДСТВА

для оценки квалификации

Специалист (менеджер) по подготовке торгово-промышленной выставки
(5 уровень квалификации)

Разработан и утвержден решением Совета по профессиональным квалификациям
торговой, внешнеторговой и по отдельным видам предпринимательской
и экономической деятельности протокол № 27 от 26 сентября 2023 года

Состав примера оценочных средств¹

Раздел	страница
1. Наименование квалификации и уровень квалификации	3
2. Номер квалификации	3
3. Профессиональный стандарт или квалификационные требования, установленные федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации	3
4. Вид профессиональной деятельности	3
5. Спецификация заданий для теоретического этапа профессионального экзамена	3
6. Спецификация заданий для практического этапа профессионального экзамена	5
7. Материально-техническое обеспечение оценочных мероприятий	6
8. Кадровое обеспечение оценочных мероприятий	7
9. Требования безопасности к проведению оценочных мероприятий (при необходимости)	8
10. Задания для теоретического этапа профессионального экзамена	8
11. Критерии оценки (ключи к заданиям), правила обработки результатов теоретического этапа профессионального экзамена и принятия решения о допуске (отказе в допуске) к практическому этапу профессионального экзамена	20
12. Задания для практического этапа профессионального экзамена	22
13. Правила обработки результатов профессионального экзамена и принятия решения о соответствии квалификации соискателя требованиям к квалификации	25
14. Перечень нормативных правовых и иных документов, использованных при подготовке комплекта оценочных средств (при наличии)	25

¹ В соответствии с Приложением «Структура оценочных средств» к Положению о разработке оценочных средств для проведения независимой оценки квалификации, утвержденному приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 1 ноября 2016 г. N 601н

1. Наименование квалификации: «**Специалист (менеджер) по подготовке торгово-промышленной выставки (5 уровень квалификации)**»
2. Номер квалификации: **33.01900.05**
3. Профессиональный стандарт: «**Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок**»
Код профессионального стандарта: **33.019**
4. Вид профессиональной деятельности: Деятельность по организации торгово-промышленных выставок
5. Спецификация заданий для теоретического этапа профессионального экзамена

1	2	3
Знания, умения, трудовые действия в соответствии с требованиями к квалификации, на соответствие которым проводится оценка квалификации	Критерии оценки квалификации	Тип и № задания
1	2	3
Поиск контактных данных новых потенциальных участников торгово-промышленных выставок	1 балл за правильное выполнение задания	1, 2, 3 задания с выбором ответа
Определять источники информации о потенциальных участниках торгово-промышленных выставок, мероприятий деловой и дополнительной программы выставок	1 балл за правильное выполнение задания	4 задание с выбором ответа
Виды и особенности организационных структур организаций и сферы ответственности руководителей и специалистов	1 балл за правильное выполнение задания	5 задание с выбором ответа
Классифицировать потенциальных участников торгово-промышленной выставки, мероприятий деловой и дополнительной программы выставок по возможной заинтересованности в участии в торгово-промышленной выставке	1 балл за правильное выполнение задания	6 задание с выбором ответа
Выборка по базе данных потенциальных участников для осуществления работы по	1 балл за правильное выполнение	7 задание с выбором ответа

привлечению участников торгово-промышленных выставок, мероприятий деловой и дополнительной программы выставок	задания	
Методы работы с первичными и вторичными источниками маркетинговой информации	1 балл за правильное выполнение задания	8 задание с выбором ответа
Подготовка информационных писем и приглашений к участию в торгово-промышленной выставке, мероприятиях деловой и дополнительной программы выставки для различных групп потенциальных участников под руководством специалиста более высокой квалификации	1 балл за правильное выполнение задания	9, 10, 11 задания с выбором ответа
Вести деловую переписку	1 балл за правильное выполнение задания	12, 13, 19, 20 задания с выбором ответа
Выставочный менеджмент	1 балл за правильное выполнение задания	14, 15 задания с выбором ответа
Подготовка презентаций торгово-промышленной выставки для потенциальных участников с целью их привлечения к участию	1 балл за правильное выполнение задания	16 задание с выбором ответа
Осуществлять коммуникации с разными типами клиентов, определять запросы потенциального клиента, работать с возражениями	1 балл за правильное выполнение задания	17, 18 задания с выбором ответа
Инструменты эффективного осуществления продаж	1 балл за правильное выполнение задания	21, 22 задания с выбором ответа
Деловой этикет и основы делопроизводства	1 балл за правильное выполнение задания	23 задание с выбором ответа
Анализ данных для проверки достоверности полученной	1 балл за правильное	24 задание с выбором ответа

информации о торгово-промышленных выставках	выполнение задания	
Определять значение факторов и событий внешней среды для проекта торгово-промышленной выставки	1 балл за правильное выполнение задания	25 задание с выбором ответа
Подготовка информации 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	1 балл за правильное выполнение задания	26 задание с выбором ответа
Методы разработки рекламных и информационных текстов	1 балл за правильное выполнение задания	27 задание с выбором ответа
Разработка предложений о размещении в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и деловых изданиях информации о торгово-промышленных выставках	1 балл за правильное выполнение задания	28 задание с выбором ответа
Определять значение факторов и событий внешней среды для проекта торгово-промышленной выставки	1 балл за правильное выполнение задания	29 задание с выбором ответа
Основные виды маркетинговых коммуникаций	1 балл за правильное выполнение задания	30 задание с выбором ответа
Подготовка форм заявочной документации до начала работы над проектом торгово-промышленной выставки	1 балл за правильное выполнение задания	31 задание с выбором ответа
Организовывать систематизированное хранение бумажных и электронных документов	1 балл за правильное выполнение задания	32, 33 задание с выбором ответа
Осуществлять почтовый и электронный документооборот	1 балл за правильное выполнение задания	34, 35 задание с выбором ответа

Нормативные правовые акты в сфере организации коммерческого документооборота	1 балл за правильное выполнение задания	36 задание с выбором ответа
Основы документооборота	1 балл за правильное выполнение задания	37 задание с выбором ответа
Изучение информационных материалов по эффективному участию в торгово-промышленной выставке или подготовка таких материалов	1 балл за правильное выполнение задания	38 задание с выбором ответа
Подготовка комплекта информационных материалов по эффективному участию в торгово-промышленной выставке для предоставления участникам торгово-промышленных выставок по запросу	1 балл за правильное выполнение задания	39 задание с выбором ответа
Применять методы и способы эффективной деловой коммуникации с учетом индивидуальных особенностей потенциального участника	1 балл за правильное выполнение задания	40 задание с выбором ответа

Общая информация по структуре заданий для теоретического этапа профессионального экзамена:

количество заданий с выбором ответа: 40;

количество заданий с открытым ответом: 0;

количество заданий на установление соответствия: 0;

количество заданий на установление последовательности: 0;

время выполнения заданий для теоретического этапа экзамена: **60 минут.**

6. Спецификация заданий для практического этапа профессионального экзамена

Трудовые функции, трудовые действия, умения в соответствии с требованиями к квалификации, на соответствие которым проводится оценка квалификации	Критерии оценки квалификации	Тип и № задания
1	2	3
А/02.5 Сопровождение процесса привлечения участников торгово-		

промышленных выставок		
Подготовка информационных писем и приглашений к участию в торгово-промышленной выставке, мероприятиях деловой и дополнительной программы выставки для различных групп потенциальных участников под руководством специалиста более высокой квалификации	Правильность выбора фразы из выпадающих списков для заполнения пробелов	Задание № 1 на выполнение трудовых действий в модельных условиях
A/05.5. Консультирование участников торгово-промышленной выставки по вопросам оптимальной организации их участия		
Проведение консультаций по запросу участников торгово-промышленной выставки	Правильность расчета и соответствие полученной величины эталонному значению	Задание № 2 на выполнение трудовых действий в модельных условиях

7. Материально-техническое обеспечение оценочных мероприятий (теоретической и практической частей профессионального экзамена):

- 7.1.** Помещение, отвечающее требованиям пожарной безопасности и санитарным правилам, которые предъявляются к административным помещениям.
- 7.2.** Персональные компьютеры, внешняя видеокамера и микрофон, с годом выпуска не позднее **8 (восьми)** лет до даты проведения оценки квалификации.
- 7.3.** Минимальные требования к персональному(-ым) компьютеру (-ам):
- 7.3.1. процессор «**Intel Pentium 4**» (или аналогичный) с тактовой частотой процессора не менее 1,8 ГГц,
- 7.3.2. размер оперативного запоминающего устройства (ОЗУ) – 2 Гб.
- 7.4.** Требования к программному обеспечению персональных компьютеров:
- 7.4.1. «**Microsoft Windows 7**» и все последующие версии,
- 7.4.2. интернет-браузер «**Internet Explorer 8.0**» и все последующие версии.
- 7.5.** Права на использование **Программно-аппаратного комплекса**, предназначенного для процедур независимой оценки квалификации, который должен осуществлять в автоматическом (цифровом) режиме следующие действия:
- 7.5.1. регистрация соискателей, централизованный учет и сопровождение всех соискателей,

- 7.5.2. прием и проверка документов, информирование соискателей о дате профессионального экзамена,
- 7.5.3. организация и учет уплаты денежных средств от соискателей,
- 7.5.4. запись и приглашение соискателей в места проведения профессионального экзамена,
- 7.5.5. хранение и выгрузку в рандомном порядке для соискателей всей базы оценочных средств по соответствующему профессиональному экзамену,
- 7.5.6. предоставление для соискателей демонстрационной версии профессионального экзамена,
- 7.5.7. прохождение профессионального экзамена в электронном виде в местах проведения профессионального экзамена,
- 7.5.8. формирование протокола профессионального экзамена,
- 7.5.9. формирование свидетельства/заключения по результатам профессионального экзамена,
- 7.5.10. направление протокола профессионального экзамена в центр оценки квалификаций (для членов экспертной комиссии),
- 7.5.11. хранение электронных копий всех сопроводительных документов по сдаче профессионального экзамена
- 7.5.12. осуществление контроля за процедурой независимой оценки квалификации и автоматический сбор статистических данных.
- 7.6.**Выход в телекоммуникационную сеть «Интернет» со скоростью не менее чем **4 (четыре)** мегабит в секунду.
- 7.7.**Не менее **2 (двух)** видеочамер на помещение, указанное в п.7.1, для регистрации аудиозаписи и видеозаписи прохождения профессионального экзамена.
- 7.8.**Требования к видеозаписи и к видеочамерам:
 - 7.8.1. видеочамеры должны регистрировать, всех соискателей, все персональные компьютеры со стороны клавиатуры, ответственное лицо за проведение профессионального экзамена,
 - 7.8.2. видеочамеры должны иметь устройство для синхронной аудиозаписи,
 - 7.8.3. видеочамеры должны иметь разрешение видеозаписи высокой четкости с экраным разрешением не менее 1280x720 пикселей (**HD 720p**) и не более – 1280x960 пикселей (**HD 960p**),
 - 7.8.4. сжатие видеозаписи для хранения и передачи файлов должно быть произведено по стандарту сжатия видеоизображения (кодек)«**H.264**» (**MPEG-4 Part 10/AVC**).
- 7.9.** Устройство для хранения указанной видеозаписи проведения профессионального экзамена и передачи видеозаписи в телекоммуникационную сеть «Интернет».
- 7.10.**Тексты информационных материалов **в печатном варианте** из Перечня нормативных правовых и иных документов, указанном в п. 14, калькулятор, расходные материалы (листы бумаги А4, ручка, карандаш),

в количестве не менее, чем соответствующем количеству соискателей, одновременно пришедших на профессиональный экзамен.

7.11. НЕ допускается использование соискателем на профессиональном экзамене:

- мобильного телефона и прочих средств связи;
- электронных баз данных и поисковых сайтов в телекоммуникационной сети «Интернет».

7.12. НЕ допускается для соискателя прерывать экзамен, вставать, ходить, разговаривать на всем протяжении профессионального экзамена.

8. Кадровое обеспечение оценочных мероприятий:

8.1. Обязательное наличие персонала на профессиональном экзамене:

8.1.1. ответственное лицо за проведение профессионального экзамена для проверки документов, удостоверяющих личность соискателей, для составления протокола профессионального экзамена, для соблюдения порядка и визуального контроля за соискателями во время сдачи профессионального экзамена,

8.1.2. технический работник с соответствующей квалификацией для обеспечения бесперебойного выхода в телекоммуникационную сеть «Интернет», для бесперебойной работы персональных компьютеров и видео(аудио) записывающей аппаратуры, (может не присутствовать в помещении, где проводится профессиональный экзамен, но по первому требованию ответственного лица, обязан прибыть в течении 5 (пяти) минут для устранения возникших неполадок и неисправностей).

8.2. Требования к квалификации членов экспертной комиссии, подписывающих протокол по результатам проведения профессионального экзамена: квалификация Эксперта по оценке квалификации центра оценки квалификации Совета по профессиональным квалификациям (СПК) торговой, внешнеторговой и по отдельным видам предпринимательской и экономической деятельности, подтвержденная соответствующим порядком данного СПК.

8.3. Требования к опыту работы членов экспертной комиссии, подписывающих протокол по результатам проведения профессионального экзамена: не менее **5** (пяти) лет в сфере организации торгово-промышленных выставок, конференций и других событий, маркетинга, продаж и не менее **3** (трех) лет в сфере оценки персонала.

9. Требования безопасности к проведению оценочных мероприятий:
Проведение обязательного инструктажа по правилам пожарной безопасности и поведению при пожаре.

10. Задания для теоретического этапа профессионального экзамена

1. Выберите правильный вариант ответа: Для поиска новых потенциальных участников торгово-промышленной выставки специалисту необходимо

определить целевую аудиторию. Чем должен руководствоваться специалист при выборе?

(Источник информации - Основы выставочно-ярмарочной деятельности: Учебное пособие для вузов - ред. Л.Е. Стровского изд. ЮНИТИ-ДАНА. 2017 г. - 288 с.)

1) темой и направленностью выставки

2) географическим расположением

3) возрастным цензом

4) заявленными масштабами мероприятия

5) размером компании-потенциального участника выставки

2. Выберите правильный вариант ответа: Какова первостепенная задача специалиста при формировании базы данных потенциальных участников торгово-промышленной выставки?

(Источник информации – Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник для студентов вузов - В.Г. Петелин, изд. ЮНИТИ-ДАНА. 2017 - 447)

1) изучение нормативной правовой документации

2) подготовка отчетных документов

3) предварительное информирование

4) составление плана подготовки мероприятия

5) формирование web-сайта

3. Выберите правильный вариант ответа: Какие источники информации допустимо использовать при формировании базы данных потенциальных участников торгово-промышленных выставок?

(Источник информации – Выставочный менеджмент: стратегии управления и маркетинговые коммуникации - Александрова Н.В., Филоненко И.К., издательство РИА "ПРОЭКСПО", 2006 г. - 528 с.)

1) анализ общих данных о компании, её участие в других выставках, ассортимент, внешнеторговая активность, потенциал

2) стратегия развития компании, её организационная структура, количество сотрудников

3) наличие маркетинговой стратегии, рекламная активность компании

4) взаимодействие с органами государственной власти, количество контрагентов

5) показатели научно-технических достижений компании

4. Выберите правильный вариант ответа: Какие источники информации допустимо использовать при формировании базы данных потенциальных участников торгово-промышленных выставок?

(Источник информации - Основы выставочно-ярмарочной деятельности: Учебное пособие для вузов - ред. Л.Е. Стровского изд. ЮНИТИ-ДАНА. 2017 г. - 288 с.)

- 1) официальный web-сайт компании
- 2) каталоги выставок, содержащие информацию об экспонентах
- 3) рекомендации партнеров, клиентов
- 4) официальная информация в СМИ
- 5) все перечисленные источники информации**

5. Выберите правильный вариант ответа: Для чего специалисту необходима информация об организационной структуре компании-потенциального участника торгово-промышленной выставки?

(Источник информации - Общий менеджмент. Учебное пособие. - Л.С. Ружанская [и др.]; под общ. ред. Л.С. Ружанской, И. В. Котляревской.— Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017.— 116 с)

- 1) видеть перспективы карьерного роста
- 2) для распределения зоны ответственности
- 3) для установления порядка коммуникации**
- 4) для определения целей и задач компании
- 5) для определения отраслевой направленности компании

6. Выберите правильный вариант ответа: Специалист проводит сегментирование (классификацию) участников торгово-промышленной выставки, может ли он отнести представителей СМИ к категории "посетитель"?

(Регулирующий нормативный правовой акт - ГОСТ 32608-2014)

- 1) да, представитель СМИ является посетителем
- 2) нет, представитель СМИ не относится к категории посетителей**
- 3) да, если представитель СМИ аккредитован на мероприятие деловой программы выставки
- 4) да, если представитель СМИ посещает выставку все дни ее проведения
- 5) да, если представитель СМИ участвует в деловой программе выставки в качестве спикера

7. Выберите правильный вариант ответа: С какой целью специалист осуществляет почтовую и электронную рассылку рекламно-информационных материалов потенциальным участникам выставки?

(Источник информации - Симонов К.В. Современный экспобизнес: условия предпринимательства и управленческие технологии. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 656 с.)

- 1) для выборочного оповещения целевой аудитории выставки**
- 2) для корректировки информации в базе данных контактов потенциальных

участников выставки

- 3) для опроса о заинтересованности участия в мероприятии
- 4) для выбора подходящих участников выставки
- 5) для анализа результатов предыдущей выставки

8. Выберите правильный вариант ответа: На чем основываются вторичные источники маркетинговой информации?

(Источник информации - Маркетинговые исследования. Составитель: Куликова А.В. Учебнометодическое пособие. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет им. Н.И.Лобачевского, 2018 – 70 с.)

- 1) на данных, полученных в результате проведения исследований, опросов, наблюдений
- 2) на информации, полученной из СМИ
- 3) на данных, собранных в телекоммуникационном пространстве (посредством сети Интернет)
- 4) на информации, полученной от конкурентов
- 5) на ранее сформированных сведениях (отчеты компании, благодарственные письма, финансовая отчетность)**

9. Выберите правильный вариант ответа: Что входит в основной пакет документов, который направляется для информирования компании, заинтересованной в участии в торгово-промышленной выставке?

(Источник информации - Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник для студентов вузов - В.Г. Петелин, изд. ЮНИТИ-ДАНА. 2017 - 447 с.)

- 1) сопроводительное (информационное) письмо, бланк заявки, условия участия, расценки на услуги, типовый договор**
- 2) сопроводительное письмо, рекламный проспект о мероприятии
- 3) сопроводительное письмо, прайс-лист на услуги
- 4) сопроводительное письмо, схема павильона, договор на оказание услуг
- 5) сопроводительное письмо, реклама услуг организатора выставки

10. Выберите правильный вариант ответа: Что должно составлять основу информационного письма потенциальному участнику торгово-промышленной выставки?

(Источник информации - Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник для студентов вузов - В.Г. Петелин, изд. ЮНИТИ-ДАНА. 2017 - 447 с.)

- 1) название мероприятия и программа
- 2) дата и место проведения мероприятия
- 3) контактные данные организатора торгово-промышленной выставки и иные реквизиты компании
- 4) обращение к участнику и реклама мероприятия
- 5) точное название, место и время проведения, тематика и программа**

мероприятия, контактные данные и прочие реквизиты выставки

11. Выберите правильный вариант ответа: Каким основным отличием выставки от ярмарки специалист должен руководствоваться для разграничения таких мероприятий при формировании текста информационного сообщения?

(Источник информации - Основы выставочно-ярмарочной деятельности: Учебное пособие для вузов - ред. Л.Е. Стровского изд. ЮНИТИ-ДАНА. 2017 г. - 288 с.)

- 1) выставка имеет больший целевой охват, чем ярмарка
- 2) цель выставки, в отличие от ярмарки - показать научно-технические достижения страны (стран)**
- 3) выставка может быть специализированной, а ярмарка всегда имеет общий характер
- 4) в отличие от выставок, ярмарки организуются компаниями, не имеющими государственного статуса
- 5) ярмарка требует меньшего оформления документов к участию, чем выставка

12. Выберите правильный вариант ответа: Какие размеры шрифтов для текста рекомендуется использовать при оформлении сопроводительного (информационного) письма и заявочной документации от организатора выставочного мероприятия потенциальному участнику торгово-промышленной выставки?

(Регулирующий нормативный правовой акт - ГОСТ Р 7.0.97-2016)

- 1) №10; №11; №11,5;
- 2) №12, №13, №14;**
- 3) №15; №16;
- 4) №15,5; №16; №16,5;
- 5) №12,5; №13,5; №14,5

13. Выберите правильный вариант ответа: Должен ли специалист при подготовке документа на двух и более листах вторую и последующие страницы нумеровать?

(Регулирующий нормативный правовой акт - ГОСТ Р 7.0.97-2016)

- 1) да, номера страниц проставляется посередине верхнего поля документа начиная со второго листа**
- 2) такой необходимости нет
- 3) нумерация может быть проставлена в зависимости от разработанной формы документа
- 4) нумерация не производится, если документ содержит приложения
- 5) номер страницы присваивается только листам с четным значением

14. Выберите правильный вариант ответа: Что такое менеджмент в выставочной деятельности?

(Источник информации - Основы выставочно-ярмарочной деятельности: Учебное пособие для вузов - ред. Л.Е. Стровского изд. ЮНИТИ-ДАНА. 2017 г. - 288 с.)

- 1) процесс принятия решения об участии в выставке
- 2) один из видов управленческого воздействия, относящихся к выставочной сфере
- 3) один из видов деятельности выставочных организаций
- 4) вид деятельности и процесс принятия управленческих решений, относящихся к выставочной сфере предприятия**
- 5) подготовка персонала и экспонентов к участию в выставочном мероприятии

15. Выберите правильный вариант ответа: Какова основная цель выставочного менеджмента?

(Источник информации - Основы выставочно-ярмарочной деятельности: Учебное пособие для вузов - ред. Л.Е. Стровского изд. ЮНИТИ-ДАНА. 2017 г. - 288 с.)

- 1) выбрать подходящую выставку для участников
- 2) привлечь новые организации к участию в выставке
- 3) проанализировать результаты выставки
- 4) спланировать и организовать весь процесс участия в выставке**
- 5) подготовить персонал к работе на выставке

16. Выберите правильный вариант ответа: С целью качественной подготовки презентационных материалов для потенциальных участников специалисту необходимо использовать анализ текущей ситуации рынка, чему стоит уделить особое внимание при подготовке презентации?

(Источник информации - Выставочный менеджмент: стратегии управления и маркетинговые коммуникации - Александрова Н.В., Филоненко И.К., издательство РИА "ПРОЭКСПО", 2006 г. - 528 с.)

- 1) анализу рынка и конкурентов
- 2) стратегии, ориентированной на клиента
- 3) определению целей выставочного маркетинга (содержание, охват, период времени, сегмент рынка)
- 4) ценовой политике
- 5) всем вышеперечисленным факторам**

17. Выберите правильный вариант ответа: Каким минимальным количеством услуг рекомендовано обеспечивать участников выставки при составлении специалистом информационных материалов о выставке для потенциальных участников?

(Регулирующий нормативный правовой акт - ГОСТ Р 56765-2015)

- 1) не менее 50 видов
- 2) не менее 80 видов
- 3) не менее 100 видов**
- 4) не менее 150 видов
- 5) не более 50 видов

18. Выберите правильный вариант ответа: В чем суть работы с возражениями при взаимодействии с потенциальным участником торгово-промышленной выставки?

(Источник информации - Выставочный менеджмент: стратегии управления и маркетинговые коммуникации - Александрова Н.В., Филоненко И.К, издательство РИА "ПРОЭКСПО", 2006 г. - 528 с.)

- 1) донесение информации о преимуществах, отличительных чертах, пользе и качестве товара или услуги
- 2) обзор перспектив участия в мероприятии
- 3) преодоление сопротивления предоставлением дополнительной информации и обращением к отдельным поводам для беспокойства**
- 4) ведение единой базы данных контактов
- 5) формирование представления о компании

19. Выберите правильный вариант ответа: Специалист готовит рекламно-информационные материалы, чего не должно быть в текстах таких документов?

(Источник информации - Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник для студентов вузов - В.Г. Петелин, изд. ЮНИТИ-ДАНА. 2017 - 447 с.)

- 1) многозначительных выражений, размытых фраз, не допускается двоякое толкование**
- 2) информации о расценках на сопутствующие услуги
- 3) отчетов о прошедших мероприятиях
- 4) наименования разделов предстоящего мероприятия

20. Выберите правильный вариант ответа: Специалист готовит письмо-приглашение для потенциального участника из-за рубежа, на каком языке должно быть написано такое обращение?

(Источник информации - Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник для студентов вузов - В.Г. Петелин, изд. ЮНИТИ-ДАНА. 2017 - 447 с.)

- 1) на русском и английском языке
- 2) на языке страны организатора выставки
- 3) на русском и китайском языке
- 4) на языке страны потенциального участника выставки или, в крайнем случае, на английском языке**
- 5) на любом из распространенных иностранных языков

21. Выберите правильный вариант ответа: Сколько по времени длится визуальный эффект от выставочного образца?

(Источник информации - Продажи и маркетинг в выставочном бизнесе - Карасев Н.В., из-во ООО "ЭкспоЭффект", 2010 г. - 118 с.)

- 1) до одного месяца
- 2) до 14 недель**
- 3) более одной недели
- 4) не более 3-х месяцев
- 5) до одного года

22. Выберите правильный вариант ответа: Какие аспекты могут вызывать больше доверия у потенциальных участников выставки при принятии ими решения об участии в мероприятии?

(Источник информации - Продажи и маркетинг в выставочном бизнесе - Карасев Н.В., из-во ООО "ЭкспоЭффект", 2010 г. - 118 с.)

- 1) качественная печать презентационных и раздаточных материалов
- 2) яркие образы, фото, виртуальная визуализация выставочной экспозиции
- 3) факты и данные статистики**
- 4) реклама в СМИ
- 5) заявочная документация

23. Выберите правильный вариант ответа: Как должно быть оформлено деловое письмо с приглашением к участию в деловой программе выставки для отправки курьером?

(Источник информации - Деловой этикет: учеб. пособие / М. В. Капкан, Л. С. Лихачева; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 168 с.)

- 1) на одной странице А4 с использованием лицевой и обратной сторон листа
- 2) на одной странице А5 с использованием лицевой и обратной сторон листа
- 3) письмо может быть оформлено как на одной странице А4, так и на двух страницах с использованием только лицевой стороны листа**
- 4) на двух или одной сторонах листа формата А5
- 5) только на одной странице листа формата А4

24. Выберите правильный вариант ответа: Что, в первую очередь, определяет специалист при создании выборки потенциальных участников выставки из клиентской базы данных?

(Источник информации - Александрова Н, Сорокина Е., Филоненко И. - Выставочный менеджмент. Технологии организации и рекламно-информационного сопровождения выставок и конференций. - Ростов н/Д: Издательство "Экспертное бюро - Т", 2001 - 212с.)

- 1) количество потенциальных участников

2) субъекты базы и основания выборки

- 3) доступность потенциальных участников
- 4) заинтересованность потенциальных участников
- 5) наличие ФИО руководителя организации в базе

25. Выберите правильный вариант ответа: Что является важнейшим фактором, который тщательно анализируется при запуске выставочного проекта и непрерывно мониторится в дальнейшем, являясь ценным источником информации?

(Источник информации - Выставочный менеджмент: стратегии управления и маркетинговые коммуникации - Александрова Н.В., Филоненко И.К., издательство РИА "ПРОЭКСПО", 2006 г. - 528 с.)

- 1) довыставочная коммуникация
- 2) формирование рекламно-информационных материалов
- 3) деловой этикет и ведение деловых переговоров
- 4) конкурентная среда**
- 5) поиск потенциальных участников выставки

26. Выберите правильный вариант ответа: Какова основная цель текстового рекламного сообщения?

(Источник информации - Основы рекламы: Учебник / К. В. Антипов. — 3-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 328 с.)

- 1) информирование об услуге, товаре
- 2) удержание спроса на услугу, товар
- 3) выявление потребностей потребителя
- 4) донесение информации о преимуществах, отличительных чертах, пользе и качестве товара или услуги**
- 5) формирование представления о компании

27. Выберите правильный вариант ответа: Что является основным механизмом рекламного сообщения, предоставляющего потребителям всю необходимую информацию о товаре или услуге, способного воздействовать на установки, ценности, поведение потребителей?

(Источник информации - Основы рекламы: Учебник / К. В. Антипов. — 3-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 328 с.)

- 1) визуализация
- 2) текст**
- 3) ценообразование
- 4) коммуникация
- 5) коммуникация

28. Выберите ВСЕ правильные варианты ответа: В выставочном деле максимально используются как традиционные инструменты рекламы, так и

рекламные возможности современных цифровых технологий. Какие инструменты являются традиционными?

(Источник информации - Основы рекламы: Учебник / К. В. Антипов. — 3-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 328 с.)

1) СМИ (пресса, телевидение, радио)

2) Интернет (сайты, порталы, баннеры, контекстная реклама, соцсети, блоги, сайты-комьюнити)

3) прямое обращение к клиенту посредством адресных рассылок, телефонных сообщений, раздачи рекламных материалов, распространения сувенирной, памятной и наградной продукции

4) наружная реклама (рекламные конструкции на улицах, реклама на транспорте)

5) "сарафанное радио"

29. Выберите правильный вариант ответа: В чем заключается специфика рекламного сообщения?

(Источник информации - Гуревич П.С. Психология рекламы: учебник для студентов вузов / Гуревич П.С. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с.)

1) выстраивание необходимых ассоциаций

2) единство вербальных (наименование фирмы, товара, услуги, товарный знак, слоган, текст) и невербальных (образ, цветовая гамма, композиция) смысловых компонентов передаваемой информации

3) подготовка необходимых описательных материалов и реквизитов предстоящего мероприятия

4) жизненный цикл выставочного продукта

5) единообразие смыслов и визуального контента

30. Выберите правильный вариант ответа: Что обозначает понятие "маркетинговые коммуникации"?

(Источник информации - Куликова А.В. Маркетинговые коммуникации. Учебно-методическое пособие. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского, 2016 – 62 с.)

1) деятельность, совокупность средств и конкретные действия по поиску, анализу, генерации и распространению информации, значимой для субъектов маркетинговых отношений

2) оказание услуг клиентам, включая помощь по использованию товара, послепродажное обслуживание, продвижение товара и др.

3) краткосрочные мероприятия, направленные на потребителя, торгового посредника, сбытового работника фирмы и проводимые с целью резкого увеличения объема продаж

4) однонаправленная форма неличной коммуникации, осуществляемая на платной основе с целью привлечения внимания к объекту рекламирования

5) это планируемые, продолжительные усилия, направленные на создание и

поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и ее общественностью

31. Выберите правильный вариант ответа: В какой форме специалист может создать договор организатора выставочного мероприятия с экспонентом?

(Регулирующий нормативный правовой акт - ГОСТ Р 7.0.97-2016)

- 1) только в электронной
- 2) только в бумажной
- 3) и в электронной, и в бумажной**
- 4) в устной

32. Выберите правильный вариант ответа: Кем определяются (утверждаются) сроки хранения документов?

(Регулирующий нормативно правовой акт - Приказ Федерального архивного агентства от 20.12.2019 №236)

- 1) организатором торгово-промышленной выставки
- 2) владельцем площадке, где проводится выставка
- 3) Федеральным архивным агентством Российской Федерации**
- 4) федеральным органом исполнительной власти в зависимости от тематики выставки
- 5) Правительством Российской Федерации

33. Выберите правильный вариант ответа: Для каких целей нужна номенклатура дел выставочного предприятия?

(Источник информации - Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник для студентов вузов - В.Г. Петелин, изд. ЮНИТИ-ДАНА. 2017 – 447 с.)

- 1) для систематизации перечня дел с указанием номера дела, его названия, количества томов и сроков их хранения**
- 2) для распределения документов по годам
- 3) с целью структурирования отчетных документов
- 4) с целью определения перечня документов для конкретной выставки
- 5) для отчета в Росархив

34. Выберите правильный вариант ответа: Какие реквизиты должны быть указаны на бланке компании - организатора торгово-промышленной выставки при оформлении официального письма-приглашения?

(Регулирующий нормативный правовой акт - ГОСТ Р 7.0.97-2016)

- 1) эмблема, наименование компании, справочные данные (почтовый адрес, телефон, электронная почта, сетевой адрес)**
- 2) только наименование компании полное или сокращенное
- 3) только эмблема (логотип) компании
- 4) эмблема и наименование компании

5) эмблема и контактные данные

35. Выберите правильный вариант ответа: Где должен быть указан реквизит "адресат" при оформлении официального письма-приглашения на бланке компании - организатора торгово-промышленной выставки?

(Регулирующий нормативный правовой акт - ГОСТ Р 7.0.97-2016)

- 1) в середине верхней части документа
- 2) в верхней правой части документа**
- 3) продольно под реквизитами организации
- 4) сразу под эмблемой или наименованием организации
- 5) в верхней левой части документа

36. Выберите правильный вариант ответа: Какой нормативный правовой акт определяет требования к осуществлению взаимодействия в электронном формате граждан (физических лиц) и организаций?

(Регулирующий нормативный правовой акт - от 27.06.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»)

- 1) Федеральный закон от 06.04.2011 №65-ФЗ «Об электронной подписи»**
- 2) Федеральный закон от 27.06.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»
- 3) Федеральный закон от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи»
- 4) Приказ Федерального архивного агентства от 11 апреля 2018 г. №44 "Об утверждении примерной инструкции по делопроизводству в государственных организациях"
- 5) Федеральный закон от 22.10.2004 г. № 125-ФЗ «Об архивном деле в Российской Федерации»

37. Выберите правильный вариант ответа: Что позволяет снизить риски потери данных, ускорить делопроизводство и уменьшить расходы?

(регулирующий нормативный правовой акт - от 27.06.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»)

- 1) выстраивание необходимых алгоритмов работы по документообороту
- 2) контроль делопроизводителя
- 3) тщательная проверка документов
- 4) предварительное планирование
- 5) электронный документооборот (ЭДО)**

38. Выберите правильный вариант ответа: Что является одним из решающих условий успеха выставочного мероприятия?

(Источник информации - Выставочный менеджмент: стратегии управления и маркетинговые коммуникации - Александрова Н.В., Филоненко И.К.,

издательство РИА "ПРОЭКСПО", 2006 г. - 528 с.)

- 1) грамотно построенный план-график подготовки торгово-промышленной выставки
- 2) качественно проведенная рекламная кампания
- 3) квалифицированная структура посетителей**
- 4) анализ и сегментирование целевой аудитории выставки
- 5) управление маркетинговыми коммуникациями

39. Выберите правильный вариант ответа: Что такое "оценка эффективности выставочно-ярмарочной деятельности"?

(Регулирующий нормативный правовой акт - ГОСТ 32608-2014)

- 1) жизненный цикл выставочного продукта
- 2) способ установления значимости выставочно-ярмарочного мероприятия для развития экономики страны, региона, города, хозяйствующих субъектов**
- 3) маркетинговое исследование целевых групп
- 4) донесение информации о преимуществах, отличительных чертах, пользе и качестве товара или услуги
- 5) реализация тематико-экспозиционного плана выставочно-ярмарочного мероприятия

40. Выберите правильный вариант ответа: Какова главная задача довыставочной коммуникации для потенциального участника торгово-промышленной выставки?

(Источник информации - Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник для студентов вузов - В.Г. Петелин, изд. ЮНИТИ-ДАНА. 2017 - 447 с.)

- 1) привлечение посетителей на стенд компании-участника выставки**
- 2) определение ценовой политики экспонируемых продуктов
- 3) заключение договоров на оказание сервисных услуг
- 4) заполнение заявочной документации для участия в выставочном мероприятии
- 5) реализация плана-графика подготовительных работ

11. Критерии оценки, правила обработки результатов теоретического этапа экзамена и принятия решения о допуске (отказе в допуске) к практическому этапу профессионального экзамена:

№№ задания	Правильные варианты ответа, модельные ответы и (или) критерии оценки	Вес задания или баллы, начисляемые за верный ответ
1	1	1 балл
2	3	1 балл
3	1	1 балл
4	5	1 балл
5	3	1 балл
6	2	1 балл
7	1	1 балл
8	5	1 балл
9	1	1 балл
10	5	1 балл
11	2	1 балл
12	2	1 балл
13	1	1 балл
14	4	1 балл
15	4	1 балл
16	5	1 балл
17	3	1 балл
18	3	1 балл
19	1	1 балл
20	4	1 балл
21	2	1 балл
22	3	1 балл
23	3	1 балл
24	2	1 балл
25	4	1 балл
26	4	1 балл
27	2	1 балл
28	1,4	1 балл
29	2	1 балл
30	1	1 балл
31	3	1 балл
32	3	1 балл
33	1	1 балл
34	1	1 балл
35	2	1 балл
36	1	1 балл
37	5	1 балл

38	3	1 балл
39	2	1 балл
40	1	1 балл

Теоретический этап профессионального экзамена содержит **40** заданий.

За правильное выполнение каждого задания теоретического этапа экзамена соискатель получает **1** (один) балл.

Максимальное количество набранных баллов – **40 (100%)**.

Решение о допуске к практическому этапу профессионального экзамена принимается при правильном выполнении не менее чем **24** заданий (**60%** от максимально возможной суммы баллов).

12. Задания для практического этапа профессионального экзамена:

<p>ЗАДАНИЕ № 1 НА ВЫПОЛНЕНИЕ ТРУДОВЫХ ДЕЙСТВИЙ В МОДЕЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ</p> <p>A/02.5 Трудовая функция. Сопровождение процесса привлечения участников торгово-промышленных выставок</p> <p>Трудовое действие. Подготовка информационных писем и приглашений к участию в торгово-промышленной выставке, мероприятиях деловой и дополнительной программы выставки для различных групп потенциальных участников под руководством специалиста более высокой квалификации.</p> <p>Задание. - Заполните правильно письмо-приглашение к участию в выставке фразами из выпадающих списков.</p> <p style="text-align: right;">Генеральному директору ООО «Сельхозпром»</p> <p style="text-align: right;">И.И. Иванову</p> <p style="text-align: center;">Уважаемый Иван Иванович!</p> <p>18-20 сентября 2023 года на площадке АО «Экспокомплекс» пройдет 20-я Сельскохозяйственная выставка «АгропромКомплекс–Автоматизация производства». Организатором выставки выступит Министерство сельского хозяйства Российской Федерации.</p> <p>Выставка «АгропромКомплекс–Автоматизация производства» на протяжении 20-ти лет задает направление развития сельскохозяйственной отрасли в России и странах СНГ и является крупнейшей</p>

- (1) региональной
- (2) многоотраслевой
- (3) специализированной
- (4) всемирной

(Дистракторы 1, правильный – (3))

выставкой данной тематики на Евразийском континенте.

Ежегодно в выставочном мероприятии принимают участие более 10% международных компаний от всех экспонентов выставки. Аудитория выставки ежегодно включает в себя не менее 35% предпринимателей и инвесторов из стран СНГ, Средней Азии и Ближнего Востока, что автоматически делает ее также одной из крупнейших

- (1) международных
- (2) национальных
- (3) межрегиональных
- (4) всемирных

(Дистракторы 2, правильный – (1))

выставок, проходящих на территории России. В текущем году на выставке также значительно увеличилось представительство региональных субъектов.

С целью поддержки регионального бизнеса и сосредоточения внимания на роли государственных институтов в развитии сельского хозяйства в регионах, выставка также включает в себя обширную

- (1) культурную
- (2) деловую
- (3) научно-просветительскую
- (4) образовательную

(Дистракторы 3, правильный – (2))

программу, презентации экспонентами отдельных сельскохозяйственных товаров и услуг, пресс-конференции, симпозиумы, мастер-классы и другие мероприятия.

Программа выставки «АгропромКомплекс–Автоматизация производства» рассчитана не только на сельскохозяйственных производителей, но и на широкую аудиторию предпринимателей, которые находятся в поиске полезных контактов, эффективных бизнес-инструментов и вариантов для инвестиций.

По вопросам экспонентов в части предоставления отдельных видов услуг по участию в выставке обращайтесь к

- (1) организатору коллективной экспозиции
- (2) основному экспоненту
- (3) оператору выставки
- (4) представленной фирме

(Дистракторы 4, правильный – (2))

ООО «Экспосаппорт», действующему в соответствии с договором с организатором выставки по телефону +7 (495) 777 XX XX или по электронной почте: agropromkomplex@pochta.ru.

Принимая во внимание опыт ООО «Сельхозпром» в сельскохозяйственной отрасли страны, приглашаю Вас принять участие в выставке и выступить в рамках сессии «Роль сельской промышленности в Приволжском федеральном округе», обменявшись с коллегами опытом по поддержке предпринимательства в вашем регионе, привлечения инвестиций, сопровождения и реализации проектов, развития бизнес и инвестиционной инфраструктуры вашего региона.

Время и место проведения сессии: 18 сентября 2020 года в 14:30, АО «Экспокомплекс», павильон № 4.

Был бы признателен за информирование о принятом решении!

Условия выполнения задания.

1. Место (время) выполнения задания: на месте (Центр оценки квалификаций или экзаменационный центр Центра оценки квалификации)
2. Максимальное время выполнения задания: **20** минут
3. Можно использовать в печатном варианте необходимые материалы из Перечня нормативных правовых и иных документов, использованных при подготовке комплекта оценочных средств (п. 14), расходные материалы (листы бумаги А4, ручка, карандаш)

Критерии оценки

Выбрать из выпадающих списков правильные ответы на практические вопросы.

Полностью, в соответствии с положениями ГОСТ 32608-2014, правильно выбрать фразы из выпадающих списков для заполнения пробелов в представленном приглашении к участию в выставке.

***принимается только один вариант ответа, критерий:
правильно – 1 балл;
неправильно – 0 баллов***

ЗАДАНИЕ № 2

НА ВЫПОЛНЕНИЕ ТРУДОВЫХ ДЕЙСТВИЙ В МОДЕЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ

А/05.5 Трудовая функция. Консультирование участников торгово-промышленной выставки по вопросам оптимальной организации их участия.

Трудовое действие. Проведение консультаций по запросу участников торгово-промышленной выставки

Задание.

- Компания – потенциальный участник торгово-промышленной выставки для принятия решения относительно участия в мероприятии обратился к специалисту для консультации. С этой целью специалисту необходимо рассчитать общий объем продаж по итогу выставки используя данные заинтересованной организации и формулы оценки эффективности участия в выставке.

$V_p=28$ – время работы на выставке (в часах)
 $K_y=250$ – количество участников выставки;
 $K_p=10\ 000$ – количество посетителей выставки;
 $C_{кв}=11$ – среднее количество визитов на стенды, которое совершает один посетитель за время пребывания на выставке;
 $C_{кк1}$ – среднее количество контактов на одного участника выставки;
 $C_{кк2}$ – среднее количество контактов на стенде в час;
 $C_{кк3}=4$ – среднее количество контактов, которое осуществляет один стендист в час;
 N_c – необходимое количество стендистов
 $S_1=5$ кв.м – площадь, необходимая для работы одного стендиста;
 $S_2=12$ кв.м – площадь, необходимая для размещения на стенде: оборудования, продукции, витрин, информационных стоек, рекламных носителей, элементов оформления, подсобного помещения и т.д.;
 S – необходимая площадь стенда
 $O_p=5\ 000$ - объем средней продажи компании

1. $C_{кк1}=K_p \times C_{кв} \div K_y$

2. $C_{кк2}=C_{кк1} \div V_p$

3. $N_c=C_{кк2} \div C_{кк3}$

4. $S=N_c \times S_1 + S_2$

5. Согласно методике Аллена Конопаки, президента *Incomm Center for Research & Sales Training* (США), примерно 20% от общего количества Ваших контактов на выставке составят контакты с перспективными клиентами, приблизительно 50% из которых, в свою очередь, совершат покупку.

Среднее количество контактов на одного участника выставки	Среднее количество потенциальных клиентов (Спк)	Среднее количество продаж (Сп)
$C_{кк1}$	$C_{кк1} \div 100\% \times 20\%$	$C_{пк} \div 2$

6.

Общий объем продаж = $C_{пк} \times O_p$

Условия выполнения задания.

1. Место (время) выполнения задания: на месте (Центр оценки квалификаций)

или экзаменационный центр Центра оценки квалификации)

2. Максимальное время выполнения задания: **30** минут

3. Можно использовать в печатном варианте необходимые материалы из Перечня нормативных правовых и иных документов, использованных при подготовке комплекта оценочных средств (п. 14), калькулятор, расходные материалы (листы бумаги А4, ручка, карандаш)

Критерии оценки

*Предполагаемый общий объем продаж по итогу выставки составляет:
220 000*

***принимается только один вариант ответа, критерий:
правильно – 1 балл;
неправильно – 0 баллов***

13. Правила обработки результатов профессионального экзамена принятия решения о соответствии квалификации соискателя требованиям к квалификации:

Практический этап профессионального экзамена содержит **2** (два) задания.

Максимальное количество набранных баллов за правильное выполнение одного задания практического этапа профессионального экзамена – **1** (один балл).

Положительное решение о соответствии квалификации соискателя требованиям к квалификации **«Специалист (менеджер) по подготовке торгово-промышленной выставки (5 уровень квалификации)»** принимается при правильном выполнении **двух** заданий практического этапа профессионального экзамена и наборе максимального количества баллов – **2 (100%)**.

14. Перечень нормативных правовых и иных документов, использованных при подготовке комплекта оценочных средств (при наличии)

- Федеральный закон от 27.06.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»
- Приказ Федерального архивного агентства от 20.12.2019 №236 «Об утверждении перечня типовых управленческих архивных документов, образующихся в процессе деятельности государственных органов, органов местного самоуправления и организаций, с указанием сроков их хранения»
- ГОСТ 32608-2014. Межгосударственный стандарт. "Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения" (Принят Межгосударственным советом по

стандартизации, метрологии и сертификации, протокол от 30 мая 2014 г. № 67-П)

- ГОСТ Р 7.0.97-2016. "Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов" (утв. Приказом Росстандарта от 08.12.2016 № 2004-ст)

- ГОСТ Р 56765-2015 "Деятельность выставочно-ярмарочная. Основные положения" (утв. Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 25 ноября 2015 г. № 1978-ст)

- Основы выставочно-ярмарочной деятельности: Учебное пособие для вузов - ред. Л.Е. Стровского изд. ЮНИТИ-ДАНА. 2017 г. - 288 с.

- Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник для студентов вузов – В.Г. Петелин, изд. ЮНИТИ-ДАНА. 2017 – 447 с.

- Выставочный менеджмент. Технологии организации и рекламно-информационного сопровождения выставок и конференций – Александрова Н., Сорокина Е., Филоненко И. -. - Ростов н/Д: Издательство "Экспертное бюро - Т", 2001 - 212с.

- Выставочный менеджмент: стратегии управления и маркетинговые коммуникации - Александрова Н.В., Филоненко И.К., издательство РИА "ПРОЭКСПО", 2006 г. - 528 с.

- Общий менеджмент. Учебное пособие. - Л.С. Ружанская [и др.]; под общ. ред. Л.С. Ружанской, И. В. Котляревской. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017.— 116 с.

- Современный экспобизнес: условия предпринимательства и управленческие технологии. – Симонов К.В., М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 656 с.

- Маркетинговые исследования. Составитель: Куликова А.В. Учебно-методическое пособие. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского, 2018 – 70 с.

- Маркетинговые коммуникации. Учебно-методическое пособие / Куликова А.В. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского, 2016 – 62 с.

- Продажи и маркетинг в выставочном бизнесе - Карасев Н.В., из-во ООО "ЭкспоЭффект", 2010 г. - 118 с.

- Деловой этикет: учеб. пособие / М. В. Капкан, Л. С. Лихачева; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 168 с.

- Основы рекламы: Учебник / К. В. Антипов. — 3-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 328 с.

- Психология рекламы: учебник для студентов вузов / Гуревич П.С. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с.