



Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация  
«Вятский гуманитарно-экономический колледж»  
(АНПОО «ВГЭК»)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
**ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ (ПДП)**  
**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МОДУЛЕЙ**  
**ПМ.01 ПОДГОТОВКА И СОПРОВОЖДЕНИЕ ПРОВЕДЕНИЯ**  
**ВЫСТАВОК**  
**ПМ.02 ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПОДГОТОВКИ КОНГРЕССНОГО**  
**МЕРОПРИЯТИЯ**  
**ПМ.03 ПОДГОТОВКА И ПРОВЕДЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО**  
**ИССЛЕДОВАНИЯ**

образовательной программы среднего профессионального образования –  
программы подготовки специалистов среднего звена

38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность

СПЕЦИАЛИСТ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*(квалификация)*

Составители:

Фамилия, имя, отчество	Должность
Тимшин Вадим Алексеевич	преподаватель
Береснев Сергей Александрович	преподаватель
Песляк Ольга Олеговна	методист

Программа производственной (преддипломной) практики (ПДП) разработана на основе требований:

- федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность, утверждённого приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 30.06.2025 № 503 (далее – ФГОС СПО);
- с учетом примерной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности;
- в соответствии с рабочей программой воспитания.

## СОДЕРЖАНИЕ

1.	Общая характеристика программы производственной (преддипломной) практики	4
2.	Структура и содержание производственной (преддипломной) практики	10
3.	Условия реализации производственной (преддипломной) практики	16
4.	Контроль и оценка результатов освоения производственной (преддипломной) практики	22

# **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ (ПДП) ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МОДУЛЕЙ**

ПМ.01 Подготовка и сопровождение проведения выставок;

ПМ.02 Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия;

ПМ.03 Подготовка и проведение маркетингового исследования.

## **1.1. Область применения программы производственной (преддипломной) практики (ПДП)**

Программа практики ПДП является составной частью основной профессиональной образовательной программы и предназначена для использования в учебном процессе по всем формам обучения по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность.

## **1.2. Место производственной (преддипломной) практики (ПДП) в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Рабочая программа практики является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность в части освоения видов деятельности: Подготовка и сопровождение проведения выставок; Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия; Подготовка и проведение маркетингового исследования.

Практика проводится в рамках освоения студентами профессиональных модулей ПМ.01 Подготовка и сопровождение проведения выставок; ПМ.02 Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия; ПМ.03 Подготовка и проведение маркетингового исследования основной профессиональной образовательной программы по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность.

## **1.3. Цель, задачи и планируемые результаты освоения производственной (преддипломной) практики (ПДП)**

В результате прохождения производственной (преддипломной) практики (ПДП) студент должен освоить основные виды деятельности Подготовка и сопровождение проведения выставок; Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия; Подготовка и проведение маркетингового исследования, сформировать профессиональные и общие компетенции:

### 1.3.1. Перечень общих компетенций

<i>Код</i>	<i>Наименование</i>
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 03	планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 06	проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 09	пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

### 1.3.2. Перечень профессиональных компетенций:

<i>Код</i>	<i>Наименование</i>
<b>ВД 1</b>	<b><i>Подготовка и сопровождение проведения выставок</i></b>
ПК 1.1	Формировать базы данных участников торгово-промышленных выставок, а также мероприятий деловой и дополнительной программы выставок.
ПК 1.2	Осуществлять коммуникации с целью привлечения участников выставок с использованием современных средств связи.
ПК 1.3	Разрабатывать информационные материалы о выставках.
ПК 1.4	Вести документооборот выставки, в том числе электронный.
ПК 1.5	Консультировать участников выставки по вопросам организации их участия.
<b>ВД 2</b>	<b><i>Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия</i></b>
ПК 2.1	Осуществлять подготовку конгрессного мероприятия и его информационную поддержку.
ПК 2.2	Сопровождать работу офиса организатора конгрессного мероприятия при подготовке к проведению конгрессного мероприятия.
ПК 2.3	Планировать и организовать мероприятия деловой программы.
<b>ВД 3</b>	<b><i>Подготовка и проведение маркетингового исследования</i></b>
ПК 3.1	Планировать маркетинговое исследование конъюнктуры рынка товаров и услуг.
ПК 3.2	Проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга с целью обеспечения клиентоориентированности конгрессно-выставочной деятельности.
ПК 3.3	Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации.

1.3.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществления организационного и документационного обеспечения деятельности организации;</li> <li>- решение ограниченного количества нетипичных задач при условии наличия методической помощи (например, постановка уточняющих вопросов);</li> <li>- принятие профессиональных и управленческих решений в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении;</li> <li>- подготовка информационных писем и приглашений к участию в конгрессных мероприятиях;</li> <li>- ведение, обновление клиентской базы данных потенциальных участников конгрессных мероприятий, подрядных организаций, партнерских организаций, спонсоров;</li> <li>- подготовка презентаций конгрессных мероприятий для потенциальных участников с целью их привлечения к участию;</li> <li>- поиск отраслевых экспертов, спикеров и модераторов в соответствии со структурой деловой программы;</li> </ul>
-------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовки и планирования процесса проведения маркетингового исследования, установления сроков и требований к проведению маркетингового исследования;</li> <li>- определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования;</li> <li>- разработки технического задания для проведения маркетингового исследования;</li> <li>- подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования;</li> <li>- планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации;</li> <li>- подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований.</li> </ul>
уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>-подготавливать проекты управленческих решений;</li> <li>-обрабатывать входящие и исходящие документы, систематизировать их, составлять номенклатуру дел и формировать документы в дела;</li> <li>-готовить и проводить совещания, деловые встречи, приемы и презентации;</li> <li>-создавать и вести единые (корпоративные) системы документационного обеспечения управления в организации на базе новейших технологий;</li> <li>-планировать, прогнозировать и анализировать деловое общение;</li> <li>-применять техники и приемы эффективного общения в профессиональной деятельности;</li> <li>-использовать приемы саморегуляции поведения в процессе межличностного общения;</li> <li>-устанавливать деловые контакты с учетом особенностей партнеров по общению и соблюдением делового этикета;</li> <li>-использовать эффективные приемы управления конфликтами;</li> <li>-пользоваться информационно-коммуникативными технологиями для поиска информации;</li> <li>- определять значение факторов и событий внешней среды для проекта конгрессных мероприятий;</li> <li>- вести переговоры с потенциальными участниками конгрессных мероприятий с целью привлечения их к участию в деловой и дополнительной программах мероприятия;</li> <li>- формулировать тему мероприятия и темы докладов с указанием временных интервалов в программе конгрессного мероприятия (осуществлять верстку программы);</li> <li>- осуществлять коммуникации с использованием современных средств связи (видеоконференции, вебинары);</li> <li>- применять методы и способы деловой коммуникации с учетом индивидуальных особенностей потенциального участника;</li> <li>- планировать и применять тактику проведения переговоров;</li> <li>- составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования; - анализировать текущую рыночную конъюнктуру;</li> <li>- проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;</li> <li>- систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации; - создавать отчеты по результатам маркетингового исследования.</li> </ul>

<p>знать</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-основные правила хранения и защиты служебной информации;</li> <li>-виды, назначение и состав электронной документации;</li> <li>-цели, функции, виды и уровни общения;</li> <li>-роли и ролевые ожидания в общении;</li> <li>-специфику делового общения, структуру коммуникативного акта и условия установления контакта;</li> <li>-нормы и правила профессионального поведения и этикета;</li> <li>-механизмы взаимопонимания в общении;</li> <li>-техники и приемы общения, правила слушания, ведения беседы, убеждения;</li> <li>-этические принципы общения;</li> <li>-влияние индивидуальных особенностей партнеров на процесс общения;</li> <li>-источники, причины, виды и способы разрешения конфликтов;</li> <li>-закономерности формирования и развития команды;</li> <li>- нормативные правовые акты в сфере организации и проведения публичных мероприятий и в сфере персональных данных;</li> <li>- основы менеджмента конгрессных мероприятий и смежных направлений деятельности;</li> <li>- основные виды маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- методы разработки рекламных и информационных текстов;</li> <li>- основы психологии и этики делового общения и межкультурной коммуникации, а также теории межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии;</li> <li>- современные тенденции в сфере организации коммуникаций на конгрессных мероприятиях;</li> <li>- иностранный язык (письменный и устный) на среднем уровне в сфере конгрессной деятельности, история индустрии встреч;</li> <li>- технологии организации эффективного участия в конгрессных мероприятиях;</li> <li>- форматы деловых мероприятий критерии отбора спикеров деловой программы;</li> <li>- выбор площадки и оборудования для конференции или другого делового мероприятия;</li> <li>- организация питания для участников деловой программы;</li> <li>- методика расчёта бюджета с учетом особенностей делового мероприятия;</li> <li>- виды продвижения деловых мероприятий разных типов;</li> <li>- особенности проведения социологических исследований;</li> <li>- принципы системного анализа;</li> <li>- методы проведения маркетингового исследования;</li> <li>- особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг;</li> <li>- принципы системного анализа.</li> </ul>
--------------	---

#### **1.4. Способ организации практики**

Практика проводится после освоения профессиональных модулей  
 ПМ.01 Подготовка и сопровождение проведения выставок;  
 ПМ.02 Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия;  
 ПМ.03 Подготовка и проведение маркетингового исследования.

### **1.5. База практики, сроки проведения практики**

Производственная (преддипломная) практика (ПДП) проводится на базе профильной организации.

Срок проведения практики определяется календарным учебным графиком.

### **1.6. Количество часов, отводимое на освоение программы производственной (преддипломной) практики (ПДП)**

Всего продолжительность производственной (преддипломной) практики составляет 4 недели (144 часа).

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ (ПДП)

### 2.1. Структура производственной (преддипломной) практики (ПДП)

Коды профессиональных, общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Количество часов
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
ПК 1.1-1.5 ПК 2.1-2.3 ПК 3.1-3.3 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09	Производственная (преддипломная) практика (ПДП)	
	ПМ.01 Подготовка и сопровождение проведения выставок	
	ПМ.02 Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия	
	ПМ.03 Подготовка и проведение маркетингового исследования	
	Промежуточная аттестация	Диф.зачет
	<i>Всего:</i>	<i>144</i>

## 2.2. Тематический план и содержание производственной (преддипломной) практики (ПДП)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК), практики	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем в часах / в т.ч. в форме практической подготовки	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
<b>Производственная (преддипломная) практика (ПДП)</b>		144	
<b>ПМ 01 Подготовка и сопровождение проведения выставок</b>			
<b>Производственная практика</b>	<b>Виды работ</b>		
<b>Тема 1.</b> Вводный инструктаж	Вводный инструктаж, ознакомление с правилами по технике безопасности, противопожарной безопасности, правилами внутреннего трудового распорядка.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09
<b>Тема 2.</b> Организация выставки	<p>Подготовка, оформление, изменение необходимых заявочных документов от потенциальных участников в торгово-промышленной выставке.</p> <p>Оформление документов на оплату участником торгово-промышленной выставки заказанных услуг, а также документов, подтверждающих факт оказания выставочных услуг в соответствии с заявочной документацией.</p> <p>Подготовка презентаций, информационных писем и приглашений для привлечения к участию в торгово-промышленной выставке различных групп потенциальных участников.</p> <p>SWOT-анализ — это метод стратегического планирования, основанный на оценке факторов, влияющих на развитие компании.</p> <p>Ознакомление с правилами оформления выставочного пространства.</p> <p>Изучение технологий подготовки выставки, процесса организация деловой программы выставки.</p>	20	ПК 1.1-1.5 ОК 01, ОК 02, ОК 09

	<p>Определение места спонсорства на выставке.</p> <p>Ознакомление с сервисным обслуживанием на выставках.</p> <p>Ознакомление с разнообразием информационной поддержки выставки.</p> <p>Сбор необходимой заявочной документации для регистрации организации в качестве участника торгово-промышленной выставки.</p> <p>Изучение методики составления сметы расходов на организацию выставки.</p> <p>Ознакомление с процессом организации взаимодействия участников и организаторов выставочного мероприятия.</p> <p>Изучение способов оценка эффективности выставки.</p>		
<p><b>Тема 3.</b> Продвижение выставочного продукта и услуг</p>	<p>Разработка стратегии управления каналами распределения и продаж выставочного продукта и услуг.</p> <p>Разработка эффективной программы коммуникаций выставочного продукта и услуг.</p> <p>Изучение технологии прямого маркетинга в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг. Изучение приемов стимулирования сбыта в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг.</p> <p>Планирование и разработка рекламы выставочного продукта и услуг в СМИ.</p> <p>Изучение стратегии продвижения выставочного продукта и услуг в Интернете.</p> <p>Использование приемов публич рилейшнз на выставочном поле.</p> <p>Изучение специфики рекламных и информационных материалов выставочного продукта и услуг в СМИ.</p> <p>Разработка вербального и визуального ряда рекламных сообщений выставки.</p>	20	<p>ПК 1.1-1.5 ОК 01, ОК 02, ОК 09</p>
<b>ПМ.02 Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия</b>			

<p><b>Тема 4.</b> Сервисное сопровождение конгрессного мероприятия</p>	<p>Изучение теоретических аспектов организации конгрессных мероприятий.          Разработка сервисного пространства конгрессного мероприятия.          Организация рекламно-информационной поддержки конгрессного мероприятия.          Выбор форматов деловых мероприятий.          Критерии отбора спикеров деловой программы.          Выбор площадки и оборудования для конференции или другого делового мероприятия.          Организация питания для участников деловой программы.          Организация сервисного сопровождения конгрессного мероприятия.          Изучение профессионального поведения и этикета в сервисном сопровождении конгрессного мероприятия.          Составление сметы расходов сервисного сопровождения конгрессного мероприятия.          Расчет эффективности сервисного сопровождения конгрессных мероприятий.</p>	<p>26</p>	<p>ПК 2.1-2.3          ОК 01, ОК 03, ОК 04,          ОК 06, ОК 09</p>
<p><b>Тема 5.</b> Интегрированные коммуникации конгрессного мероприятия</p>	<p>Изучение коммуникации конгрессного мероприятия.          Ознакомление с рекламой как инструмента интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия.          Ознакомление с паблик рилейшнз как инструмента интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия.          Ознакомление со спонсорством и product placement как инструментов интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия.          Ознакомление с директ-маркетинг как инструмента интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия.          Ознакомление с сейлз промоушн как инструмента</p>	<p>20</p>	<p>ПК 2.1-2.3          ОК 01, ОК 03, ОК 04,          ОК 06, ОК 09</p>

	<p>интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия.</p> <p>Ознакомление с брейдингом как как инструмента интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия.</p> <p>Ознакомление с нетрадиционными средствами интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия.</p> <p>Оценка эффективности использования интегрированных коммуникаций конгрессного мероприятия.</p> <p>Оценка и обратная связь деловой программы.</p>		
<b>ПМ.03 Подготовка и проведение маркетингового исследования</b>			
<b>Тема 6.</b> Основы маркетинга	<p>Ознакомление с маркетинговой деятельностью на предприятии.</p> <p>Ознакомление с положением о службе маркетинга.</p> <p>Ознакомление с маркетинговым планом организации.</p> <p>Изучение организационной структуры управления службой маркетинга.</p> <p>Изучение функциональных обязанностей специалистов маркетологов и профессиональные требования к ним.</p>	20	<p>ПК 3.1-3.3</p> <p>ОК 01, ОК 02, ОК 03,</p> <p>ОК 04</p>
<b>Тема 7.</b> Маркетинговые исследования в конгрессно-выставочной деятельности	<p>Анализ факторов макросреды организации (субъектов управления, регулирующих деятельность) – поставщиков, потребителей, конкурентов, экономические, политические факторы и т.д.</p> <p>Анализ микросреды (материально-техническая база, ассортимент, цены, внешнее и внутреннее оформление организации, технологический процесс).</p> <p>Проведение анализа маркетинговых возможностей исследуемого объекта с использованием методики SWOT-анализа и PEST-анализа.</p> <p>Проведение исследования комплекса маркетинга организации.</p>	24	<p>ПК 3.1-3.3</p> <p>ОК 01, ОК 02, ОК 03,</p> <p>ОК 04</p>

	<p>Проведение анализа текущей рыночной конъюнктуры.</p> <p>Анализ конкурентных преимуществ конгрессно-выставочной компании.</p> <p>Анализ процесса составления технического задания для выполнения маркетингового исследования.</p> <p>Анализ подготовки и планирования процесса проведения маркетингового исследования, установления сроков и требований к проведению маркетингового исследования.</p> <p>Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых могут быть получены комплексные результаты исследования.</p> <p>Анализ плана проведения маркетингового исследования.</p> <p>Изучение процесса планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации.</p> <p>Анализ процесса подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований.</p>		
<b>Тема 8.</b> Сбор и обобщение материалов	Сбор и обобщение материалов, необходимых для подготовки ВКР	4	ПК 1.1-1.5 ПК 2.1-2.3 ПК 3.1-3.3 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09
<b>Тема 9.</b> Оформление отчета по практике	Составление и оформление отчета о прохождении практики в соответствии с методическими рекомендациями.	4	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09
<b>Тема 10.</b> Промежуточная аттестация: защита отчета по практике	Представление отчета по практике в форме публичной защиты.	4	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ (ПДП)**

**3.1. Для реализации программы производственной (преддипломной) практики (ПДП) должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:**

- оснащенные базы практики (рабочее место):
- персональное рабочее место (стол, стул),
- компьютер с лицензионным программным обеспечением,
- многофункциональное устройство/принтер,
- доступ к сети Интернет,
- мобильное устройство для хранения информации (флэш-память).

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики должно соответствовать содержанию профессиональной деятельности и дать возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

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 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 <https://urait.ru/bcode/516114>

3. платформа Юрайт [сайт]. — URL: 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 <https://urait.ru/bcode/540719> 3.2.2.
6. Митрошенков, О. А. Деловые переговоры: учебное пособие для вузов / О. А. Митрошенков. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07951-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493376>
7. Митрошенков, О. А. Деловое общение: эффективные переговоры: практическое пособие / О. А. Митрошенков. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 315 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-10704-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494467>
8. Боресков, А. В. Компьютерная графика: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 219 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11630-4. - Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518504>
9. Сергеев, Е. Ю. Технология производства печатных и электронных средств информации: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Ю. Сергеев. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 227 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10856-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541372>
10. 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 <https://urait.ru/bcode/516114>

11. Платформа Юрайт [сайт]. — URL: Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 217 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19458-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/556494>
12. 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>
13. 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>
14. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4561-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507803>
15. платформа Юрайт [сайт]. — URL: 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>
16. Беляев, В. И., Основы маркетинга сферы услуг : учебник / В. И. Беляев, М. М. Бутакова, Е. В. Бутакова, О. Н. Пяткова. — Москва : КноРус, 2022. — 215 с. — ISBN 978-5 406-09516-4. — URL: <https://book.ru/book/943172>. — Текст : электронный.
17. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 304 с.
18. Дурович, А. П. Основы маркетинга : учебное пособие / А. П. Дурович. — Минск : РИПО, 2021. — 291 с. — ISBN 978-985-7253-58-6.
19. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга : учебник / Ю.Н. Егоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 292 с. — (Среднее профессиональное образование). — ISBN 978-5-16-014862-5. — URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1372729> Текст : электронный. - URL:

20. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 315 с.
21. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 224 с.
22. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 383 с.
23. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 307 с.
24. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 277 с.
25. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 342 с.

### **3.2.2. Дополнительные источники**

1. Матвеева, Л. В. Психология ведения переговоров: учебное пособие для вузов / Л. В. Матвеева, Д. М. Крюкова, М. Р. Гараева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 121 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09865-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491523>
2. Голуб, И. Б. Русский язык и практическая стилистика. Справочник: учебно-справочное пособие для среднего профессионального образования / И. Б. Голуб. — 3-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 355 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-10264-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517649>
3. Акьюлов, Р. И. Маркетинг : учебное пособие для спо / Р. И. Акьюлов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2025. — 140 с. — ISBN 978-5-507-50451-0. — Текст : электронный // Лань : <https://e.lanbook.com/book/437174> электронно-библиотечная система. — URL:
4. Басовский, Л. Е. Маркетинг : учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 233 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное

- образование). - ISBN 978-5-16-020419 2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2173216>
5. Герасимов, Б. И. Маркетинг : учебное пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, М.В. Жарикова. — 2-е изд. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. — 320 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-018783-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2056806>
6. Грибов, В. Д., Основы маркетинга сферы услуг : учебное пособие / В. Д. Грибов. — Москва : КноРус, 2023. — 168 с. — ISBN 978-5-406-10267-1. — URL: <https://book.ru/book/944933>. — Текст : электронный.
7. Грибов, В. Д., Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебное пособие / В. Д. Грибов. — Москва : КноРус, 2025. — 224 с. — ISBN 978-5-406-13771-0. — URL: <https://book.ru/book/955532>. — Текст : электронный.
9. Захарова, И. В., Маркетинг : учебное пособие / И. В. Захарова. — Москва : КноРус, 2023. — 202 с. — ISBN 978-5-406-10761-4. — URL: <https://book.ru/book/947117>. — Текст : электронный.
10. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 422 с.
11. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 386 с.
12. Морошкин, В. А. Маркетинг : учебное пособие / В.А. Морошкин, Н.А. Контарёва, Н.Ю. Курганова. — Москва : ФОРУМ, 2020. — 352 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-432-0. - <https://znanium.ru/catalog/product/1072282>
13. Текст : электронный. - URL: Мумладзе, Р. Г., Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебное пособие / Р. Г. Мумладзе, В. С. Парамонов, Н. И. Литвина. — Москва : Русайнс, 2024. — 350 с. — ISBN 978-5-466-06766-8. — URL: <https://book.ru/book/953825>. — Текст : электронный.
14. Овсянников, А. А. Современный маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 500 с.
15. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности : учебник / С. А. Ганина, О. В. Глинкина, Т. Р. Зеленина [и др.] ; под общ. ред. Т. А. Шпилькиной, О. В. Глинкиной. — Москва : КноРус, 2023. — 391 с. — ISBN 978-5-406-11062 1. — URL: <https://book.ru/book/947644>. — Текст : электронный.
16. Основы маркетинга. Практический курс : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 221 с.

17. Парамонова, Т. Н., Маркетинг : учебное пособие / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк. — Москва : КноРус, 2023. — 189 с. — ISBN 978-5-406-11195-6. — URL: <https://book.ru/book/948323> (дата обращения: 01.11.2024). — Текст : электронный.
18. Попкова, Е. Г., Маркетинг в рекламе : учебник / Е. Г. Попкова, Е. А. Родина, А. В. Боговиз. — Москва : КноРус, 2024. — 178 с. — ISBN 978-5-406-11835-1. — URL: <https://book.ru/book/950121>. — Текст : электронный.
19. Пястолов, С. М., Основы экономики, менеджмента и маркетинга +е Приложение. : учебник / С. М. Пястолов. — Москва : КноРус, 2023. — 246 с. — ISBN 978-5 406-11478-0. — URL: <https://book.ru/book/948884>. — Текст : электронный.
20. Резник, Г. А. Маркетинг : учебное пособие / Г.А. Резник. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 199 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-018914-7. - <https://znanium.ru/catalog/product/2067373>
21. Текст : электронный. - URL: Рыжиков, С. Н., Маркетинг в рекламе + Приложение : учебник / С. Н. Рыжиков. — Москва : КноРус, 2025. — 228 с. — ISBN 978-5-406-13688-1. — URL: <https://book.ru/book/955438>. — Текст : электронный.
22. Москва Рычкова, Н. В., Маркетинговые исследования : учебник / Н. В. Рычкова. — : КноРус, 2021. — 310 с. — ISBN 978-5-406-01615-2. — URL: <https://book.ru/book/938760> . — Текст : электронный.
23. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 487 с.
24. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 08.08.2024) "О защите прав потребителей".

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ (ПДП)

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках практики	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1-1.5 ПК 2.1-2.3 ПК 3.1-3.3	<b>Формы контроля</b> Индивидуальный Групповой <b>Методы контроля:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– публичное выступление (защита отчета, доклада, реферата);</li> <li>– наблюдение за выполнением практических заданий в ходе прохождения практики;</li> <li>– задания для самостоятельной работы;</li> <li>– отчет по практике.</li> </ul> <b>Формы оценки</b> Дифференцированный зачет
ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09	<b>Формы контроля</b> Индивидуальный Групповой <b>Методы контроля:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– публичное выступление (защита отчета, доклада, реферата);</li> <li>– наблюдение за выполнением практических заданий в ходе прохождения практики;</li> <li>– задания для самостоятельной работы;</li> <li>– отчет по практике.</li> </ul> <b>Формы оценки</b> Дифференцированный зачет



Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация  
«Вятский гуманитарно-экономический колледж»  
(АНПО «ВГЭК»)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
**ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПП.01)**  
**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**  
**ПМ.01 ПОДГОТОВКА И СОПРОВОЖДЕНИЕ ПРОВЕДЕНИЯ**  
**ВЫСТАВОК**

образовательной программы среднего профессионального образования –  
программы подготовки специалистов среднего звена

38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность

СПЕЦИАЛИСТ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
(квалификация)

Составители:

Фамилия, имя, отчество	Должность
Тимшин Вадим Алексеевич	преподаватель
Береснев Сергей Александрович	преподаватель
Песляк Ольга Олеговна	методист

Программа производственной практики (ПП.01) разработана на основе требований:

- федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность, утверждённого приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 30.06.2025 № 503 (далее – ФГОС СПО);
- с учетом примерной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности;
- в соответствии с рабочей программой воспитания.

## СОДЕРЖАНИЕ

1.	Общая характеристика программы производственной практики	4
2.	Структура и содержание производственной практики	7
3.	Условия реализации производственной практики	11
4.	Контроль и оценка результатов освоения производственной практики	14

# **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПП.01) ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01 Подготовка и сопровождение проведения выставок**

## **1.1. Область применения программы производственной практики (ПП.01)**

Программа практики ПП.01 является составной частью основной профессиональной образовательной программы и предназначена для использования в учебном процессе по всем формам обучения по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность.

## **1.2. Место производственной практики (ПП.01) в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Рабочая программа практики является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность в части освоения вида деятельности: Подготовка и сопровождение проведения выставок.

Практика проводится в рамках освоения студентами профессионального модуля ПМ.01 Подготовка и сопровождение проведения выставок основной профессиональной образовательной программы по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность.

## **1.3. Цель, задачи и планируемые результаты освоения производственной практики (ПП.01)**

В результате прохождения производственной практики (ПП.01) студент должен освоить основной вид деятельности Подготовка и сопровождение проведения выставок, сформировать профессиональные и общие компетенции:

### **1.3.1. Перечень общих компетенций**

<i>Код</i>	<i>Наименование</i>
ОК 01	выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 02	использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 03	планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 09	пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

### 1.3.2. Перечень профессиональных компетенций:

<i>Код</i>	<i>Наименование</i>
<b>ВД 1</b>	<b>Подготовка и сопровождение проведения выставок</b>
ПК 1.1	Формировать базы данных участников торгово-промышленных выставок, а также мероприятий деловой и дополнительной программы выставок.
ПК 1.2	Осуществлять коммуникации с целью привлечения участников выставок с использованием современных средств связи.
ПК 1.3	Разрабатывать информационные материалы о выставках.
ПК 1.4	Вести документооборот выставки, в том числе электронный.
ПК 1.5	Консультировать участников выставки по вопросам организации их участия.

### 1.3.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществления организационного и документационного обеспечения деятельности организации;</li> <li>-решение ограниченного количества нетипичных задач при условии наличия методической помощи (например, постановка уточняющих вопросов);</li> <li>-принятие профессиональных и управленческих решений в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.</li> </ul>
уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>-подготавливать проекты управленческих решений;</li> <li>-обрабатывать входящие и исходящие документы, систематизировать их, составлять номенклатуру дел и формировать документы в дела;</li> <li>-готовить и проводить совещания, деловые встречи, приемы и презентации;</li> <li>-создавать и вести единые (корпоративные) системы документационного обеспечения управления в организации на базе новейших технологий;</li> <li>-планировать, прогнозировать и анализировать деловое общение;</li> <li>-применять техники и приемы эффективного общения в профессиональной деятельности;</li> <li>-использовать приемы саморегуляции поведения в процессе межличностного общения;</li> <li>-устанавливать деловые контакты с учетом особенностей партнеров по общению и соблюдением делового этикета;</li> <li>-использовать эффективные приемы управления конфликтами.</li> </ul>
знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>-основные правила хранения и защиты служебной информации;</li> <li>-виды, назначение и состав электронной документации;</li> <li>-цели, функции, виды и уровни общения;</li> <li>-роли и ролевые ожидания в общении;</li> <li>-специфику делового общения, структуру коммуникативного акта и условия установления контакта;</li> <li>-нормы и правила профессионального поведения и этикета;</li> <li>-механизмы взаимопонимания в общении;</li> <li>-техники и приемы общения, правила слушания, ведения беседы, убеждения;</li> <li>-этические принципы общения;</li> <li>-влияние индивидуальных особенностей партнеров на процесс общения;</li> </ul>

	-источники, причины, виды и способы разрешения конфликтов; -закономерности формирования и развития команды.
--	--

#### **1.4. Способ организации практики**

Практика проводится после освоения профессионального модуля ПМ.01  
Подготовка и сопровождение проведения выставок.

#### **1.5. База практики, сроки проведения практики**

Производственная практика (ПП.01) проводится на базе профильной организации.

Срок проведения практики определяется календарным учебным графиком.

#### **1.6. Количество часов, отводимое на освоение программы производственной практики (ПП.01)**

Всего продолжительность производственной практики по ПМ.01 составляет 1 неделя (36 часов).

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПП.01)

### 2.1. Структура производственной практики (ПП.01)

Коды профессиональных, общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Количество часов
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
ПК 1.1-1.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09	ПМ.01 Подготовка и сопровождение проведения выставок	
	Производственная практика (ПП.01)	
	МДК.01.01 Организация выставки	
	МДК.01.02 Продвижение выставочного продукта и услуг	
	Промежуточная аттестация	Диф.зачет
	<i>Всего:</i>	<i>36</i>

## 2.2. Тематический план и содержание производственной практики (ПП.01)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК), практики	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем в часах / в т.ч. в форме практической подготовки	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
<b>ПМ 01 Подготовка и сопровождение проведения выставок</b>		36	
<b>МДК 01.01 Организация выставки;</b>			
<b>МДК.01.02 Продвижение выставочного продукта и услуг.</b>			
<b>Производственная практика</b>	<b>Виды работ</b>		
<b>Тема 1.</b> Вводный инструктаж	Вводный инструктаж, ознакомление с правилами по технике безопасности, противопожарной безопасности, правилами внутреннего трудового распорядка.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 09
<b>Тема 2.</b> Организация выставки	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. Подготовка презентаций, информационных писем и приглашений для привлечения к участию в торгово-промышленной выставке различных групп потенциальных участников. SWOT-анализ — это метод стратегического планирования, основанный на оценке факторов, влияющих на развитие компании. Ознакомление с правилами оформления выставочного пространства. Изучение технологий подготовки выставки, процесса	15	ПК 1.1-1.5 ОК 01

	<p>организация деловой программы выставки.  Определение места спонсорства на выставке.  Ознакомление с сервисным обслуживанием на выставках.  Ознакомление с разнообразием информационной поддержки выставки.  Сбор необходимой заявочной документации для регистрации организации в качестве участника торгово-промышленной выставки.  Изучение методики составления сметы расходов на организацию выставки.  Ознакомление с процессом организации взаимодействия участников и организаторов выставочного мероприятия.  Изучение способов оценка эффективности выставки.</p>		
<p><b>Тема 3.</b> Продвижение выставочного продукта и услуг</p>	<p>Разработка стратегии управления каналами распределения и продаж выставочного продукта и услуг.  Разработка эффективной программы коммуникаций выставочного продукта и услуг.  Изучение технологии прямого маркетинга в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг. Изучение приемов стимулирования сбыта в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг.  Планирование и разработка рекламы выставочного продукта и услуг в СМИ.  Изучение стратегии продвижения выставочного продукта и услуг в Интернете.  Использование приемов публич рилейшнз на выставочном поле.  Изучение специфики рекламных и информационных материалов выставочного продукта и услуг в СМИ.  Разработка вербального и визуального ряда рекламных сообщений выставки.</p>	<p>15</p>	<p>ПК 1.1-1.5  ОК 03</p>

<b>Тема 4.</b> Оформление отчета по практике	Составление и оформление отчета о прохождении практики в соответствии с методическими рекомендациями.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 09
<b>Тема 5.</b> Промежуточная аттестация: защита отчета по практике	Представление отчета по практике в форме публичной защиты.	2	ОК 09

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ (ПП.01)**

**3.1. Для реализации программы производственной практики (ПП.01) должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:**

- оснащенные базы практики (рабочее место):
- персональное рабочее место (стол, стул),
- компьютер с лицензионным программным обеспечением,
- многофункциональное устройство/принтер,
- доступ к сети Интернет,
- мобильное устройство для хранения информации (флэш-память).

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики должно соответствовать содержанию профессиональной деятельности и дать возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

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 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. Мазниченко, М. А. 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 <https://urait.ru/bcode/540719> 3.2.2.

6. Митрошенков, О. А. Деловые переговоры: учебное пособие для вузов / О. А. Митрошенков. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07951-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493376>

7. Митрошенков, О. А. Деловое общение: эффективные переговоры: практическое пособие / О. А. Митрошенков. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 315 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-10704-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494467>

8. Боресков, А. В. Компьютерная графика: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 219 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11630-4. - Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518504>

9. Сергеев, Е. Ю. Технология производства печатных и электронных средств информации: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Ю. Сергеев. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 227 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10856-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541372>

### **3.2.2. Дополнительные источники**

1. Матвеева, Л. В. Психология ведения переговоров: учебное пособие для вузов / Л. В. Матвеева, Д. М. Крюкова, М. Р. Гараева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 121 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09865-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491523>

2. Голуб, И. Б. Русский язык и практическая стилистика. Справочник: учебно-справочное пособие для среднего профессионального образования / И. Б. Голуб. — 3-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 355 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-10264-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517649>

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПП.01)

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках практики	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1-1.5	<p><b>Формы контроля</b>            Индивидуальный            Групповой</p> <p><b>Методы контроля:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– публичное выступление (защита отчета, доклада, реферата);</li> <li>– наблюдение за выполнением практических заданий в ходе прохождения практики;</li> <li>– задания для самостоятельной работы;</li> <li>– отчет по практике.</li> </ul> <p><b>Формы оценки</b>            Дифференцированный зачет</p>
ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09	<p><b>Формы контроля</b>            Индивидуальный            Групповой</p> <p><b>Методы контроля:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– публичное выступление (защита отчета, доклада, реферата);</li> <li>– наблюдение за выполнением практических заданий в ходе прохождения практики;</li> <li>– задания для самостоятельной работы;</li> <li>– отчет по практике.</li> </ul> <p><b>Формы оценки</b>            Дифференцированный зачет</p>



Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация  
«Вятский гуманитарно-экономический колледж»  
(АНПО «ВГЭК»)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПП.02)  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
ПМ.02 ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПОДГОТОВКИ КОНГРЕССНОГО  
МЕРОПРИЯТИЯ**

образовательной программы среднего профессионального образования –  
программы подготовки специалистов среднего звена

38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность

СПЕЦИАЛИСТ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*(квалификация)*

Составители:

Фамилия, имя, отчество	Должность
Тимшин Вадим Алексеевич	преподаватель
Береснев Сергей Александрович	преподаватель
Песляк Ольга Олеговна	методист

Программа производственной практики (ПП.02) разработана на основе требований:

- федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность, утверждённого приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 30.06.2025 № 503 (далее – ФГОС СПО);
- с учетом примерной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности;
- в соответствии с рабочей программой воспитания.

## СОДЕРЖАНИЕ

1.	Общая характеристика программы производственной практики	4
2.	Структура и содержание производственной практики	7
3.	Условия реализации производственной практики	10
4.	Контроль и оценка результатов освоения производственной практики	12

# **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПП.02) ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02 Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия**

## **1.1. Область применения программы производственной практики (ПП.02)**

Программа практики ПП.02 является составной частью основной профессиональной образовательной программы и предназначена для использования в учебном процессе по всем формам обучения по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность.

## **1.2. Место производственной практики (ПП.02) в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Рабочая программа практики является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность в части освоения вида деятельности: Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия.

Практика проводится в рамках освоения студентами профессионального модуля ПМ.02 Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия основной профессиональной образовательной программы по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность.

## **1.3. Цель, задачи и планируемые результаты освоения производственной практики (ПП.02)**

В результате прохождения производственной практики (ПП.02) студент должен освоить основной вид деятельности Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия, сформировать профессиональные и общие компетенции:

### **1.3.1. Перечень общих компетенций**

<i>Код</i>	<i>Наименование</i>
ОК 01	выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 03	планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 04	эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 06	проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 09	пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

### 1.3.2. Перечень профессиональных компетенций:

<i>Код</i>	<i>Наименование</i>
<b>ВД 2</b>	<b>Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия</b>
ПК 2.1	Осуществлять подготовку конгрессного мероприятия и его информационную поддержку.
ПК 2.2	Сопровождать работу офиса организатора конгрессного мероприятия при подготовке к проведению конгрессного мероприятия.
ПК 2.3	Планировать и организовать мероприятия деловой программы.

1.3.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовка информационных писем и приглашений к участию в конгрессных мероприятиях;</li> <li>- ведение, обновление клиентской базы данных потенциальных участников конгрессных мероприятий, подрядных организаций, партнерских организаций, спонсоров;</li> <li>- подготовка презентаций конгрессных мероприятий для потенциальных участников с целью их привлечения к участию;</li> <li>- поиск отраслевых экспертов, спикеров и модераторов в соответствии со структурой деловой программы;</li> </ul>
уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>- пользоваться информационно-коммуникативными технологиями для поиска информации;</li> <li>- определять значение факторов и событий внешней среды для проекта конгрессных мероприятий;</li> <li>- вести переговоры с потенциальными участниками конгрессных мероприятий с целью привлечения их к участию в деловой и дополнительной программах мероприятия;</li> <li>- формулировать тему мероприятия и темы докладов с указанием временных интервалов в программе конгрессного мероприятия (осуществлять верстку программы);</li> <li>- осуществлять коммуникации с использованием современных средств связи (видеоконференции, вебинары);</li> <li>- применять методы и способы деловой коммуникации с учетом индивидуальных особенностей потенциального участника;</li> <li>- планировать и применять тактику проведения переговоров;</li> </ul>
знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>- нормативные правовые акты в сфере организации и проведения публичных мероприятий и в сфере персональных данных;</li> <li>- основы менеджмента конгрессных мероприятий и смежных направлений деятельности;</li> <li>- основные виды маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- методы разработки рекламных и информационных текстов;</li> <li>- основы психологии и этики делового общения и межкультурной коммуникации, а также теории межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии;</li> <li>- современные тенденции в сфере организации коммуникаций на конгрессных мероприятиях;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- иностранный язык (письменный и устный) на среднем уровне в сфере конгрессной деятельности, история индустрии встреч;</li> <li>- технологии организации эффективного участия в конгрессных мероприятиях;</li> <li>- форматы деловых мероприятий критерии отбора спикеров деловой программы;</li> <li>- выбор площадки и оборудования для конференции или другого делового мероприятия;</li> <li>- организация питания для участников деловой программы;</li> <li>- методика расчёта бюджета с учетом особенностей делового мероприятия;</li> <li>- виды продвижения деловых мероприятий разных типов.</li> </ul>
--	--

#### **1.4. Способ организации практики**

Практика проводится после освоения профессионального модуля ПМ.02 Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия.

#### **1.5. База практики, сроки проведения практики**

Производственная практика (ПП.02) проводится на базе профильной организации.

Срок проведения практики определяется календарным учебным графиком.

#### **1.6. Количество часов, отводимое на освоение программы производственной практики (ПП.02)**

Всего продолжительность производственной практики по ПМ.02 составляет 2 недели (72 часа).

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПП.02)

### 2.1. Структура производственной практики (ПП.02)

Коды профессиональных, общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Количество часов
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
ПК 2.1-2.3 ОК 01, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09	ПМ.02 Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия	
	Производственная практика (ПП.02)	
	МДК.02.01 Сервисное сопровождение конгрессного мероприятия	
	МДК.02.02 Интегрированные коммуникации конгрессного мероприятия	
	Промежуточная аттестация	Диф.зачет
	<i>Всего:</i>	<i>72</i>

## 2.2. Тематический план и содержание производственной практики (ПП.02)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК), практики	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем в часах / в т.ч. в форме практической подготовки	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
<b>ПМ 02 Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия</b>		72	
<b>МДК 02.01 Сервисное сопровождение конгрессного мероприятия;</b>			
<b>МДК.02.02 Интегрированные коммуникации конгрессного мероприятия.</b>			
<b>Производственная практика</b>	<b>Виды работ</b>		
<b>Тема 1.</b> Вводный инструктаж	Вводный инструктаж, ознакомление с правилами по технике безопасности, противопожарной безопасности, правилами внутреннего трудового распорядка.	2	ОК 01, ОК 09
<b>Тема 2.</b> Сервисное сопровождение конгрессного мероприятия	Изучение теоретических аспектов организации конгрессных мероприятий. Разработка сервисного пространства конгрессного мероприятия. Организация рекламно-информационной поддержки конгрессного мероприятия. Выбор форматов деловых мероприятий. Критерии отбора спикеров деловой программы. Выбор площадки и оборудования для конференции или другого делового мероприятия. Организация питания для участников деловой программы. Организация сервисного сопровождения конгрессного мероприятия. Изучение профессионального поведения и этикета в сервисном сопровождении конгрессного мероприятия. Составление сметы расходов сервисного сопровождения конгрессного мероприятия.	32	ПК 2.1-2.3 ОК 01, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09

	Расчет эффективности сервисного сопровождения конгрессных мероприятий.		
<b>Тема 3.</b> Интегрированные коммуникации конгрессного мероприятия	Изучение коммуникации конгрессного мероприятия. Ознакомление с рекламой как инструмента интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия. Ознакомление с паблик рилейшнз как инструмента интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия. Ознакомление со спонсорством и product placement как инструментов интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия. Ознакомление с директ-маркетинг как инструмента интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия. Ознакомление с сейлз промоушн как инструмента интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия. Ознакомление с брейдингом как как инструмента интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия. Ознакомление с нетрадиционными средствами интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия. Оценка эффективности использования интегрированных коммуникаций конгрессного мероприятия. Оценка и обратная связь деловой программы	34	ПК 2.1-2.3 ОК 01, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09
<b>Тема 4.</b> Оформление отчета по практике	Составление и оформление отчета о прохождении практики в соответствии с методическими рекомендациями.	2	ОК 01, ОК 09
<b>Тема 5.</b> Промежуточная аттестация: защита отчета по практике	Представление отчета по практике в форме публичной защиты.	2	ОК 09

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ (ПП.02)**

**3.1. Для реализации программы производственной практики (ПП.02) должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:**

- оснащенные базы практики (рабочее место):
- персональное рабочее место (стол, стул),
- компьютер с лицензионным программным обеспечением,
- многофункциональное устройство/принтер,
- доступ к сети Интернет,
- мобильное устройство для хранения информации (флэш-память).

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики должно соответствовать содержанию профессиональной деятельности и дать возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

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 электронные издания**

1. 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 <https://urait.ru/bcode/516114>
2. Платформа Юрайт [сайт]. — URL: Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 217 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19458-6. — Текст :

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/556494>

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. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4561-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507803>

6. 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>

### **3.2.2. Дополнительные источники**

1. Матвеева, Л. В. Психология ведения переговоров: учебное пособие для вузов / Л. В. Матвеева, Д. М. Крюкова, М. Р. Гараева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 121 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09865-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491523>

2. Голуб, И. Б. Русский язык и практическая стилистика. Справочник: учебно-справочное пособие для среднего профессионального образования / И. Б. Голуб. — 3-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 355 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-10264-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517649>

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПП.02)

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках практики	Формы и методы контроля и оценки
ПК 2.1-2.3	<p><b>Формы контроля</b>            Индивидуальный            Групповой</p> <p><b>Методы контроля:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– публичное выступление (защита отчета, доклада, реферата);</li> <li>– наблюдение за выполнением практических заданий в ходе прохождения практики;</li> <li>– задания для самостоятельной работы;</li> <li>– отчет по практике.</li> </ul> <p><b>Формы оценки</b>            Дифференцированный зачет</p>
ОК 01, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09	<p><b>Формы контроля</b>            Индивидуальный            Групповой</p> <p><b>Методы контроля:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– публичное выступление (защита отчета, доклада, реферата);</li> <li>– наблюдение за выполнением практических заданий в ходе прохождения практики;</li> <li>– задания для самостоятельной работы;</li> <li>– отчет по практике.</li> </ul> <p><b>Формы оценки</b>            Дифференцированный зачет</p>



Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация  
«Вятский гуманитарно-экономический колледж»  
(АНПО «ВГЭК»)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
**ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПП.03)**  
**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**  
**ПМ.03 ПОДГОТОВКА И ПРОВЕДЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО**  
**ИССЛЕДОВАНИЯ**

образовательной программы среднего профессионального образования –  
программы подготовки специалистов среднего звена

38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность

СПЕЦИАЛИСТ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*(квалификация)*

Составители:

Фамилия, имя, отчество	Должность
Тимшин Вадим Алексеевич	преподаватель
Береснев Сергей Александрович	преподаватель
Песляк Ольга Олеговна	методист

Программа производственной практики (ПП.03) разработана на основе требований:

- федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность, утверждённого приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 30.06.2025 № 503 (далее – ФГОС СПО);
- с учетом примерной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности;
- в соответствии с рабочей программой воспитания.

## СОДЕРЖАНИЕ

1.	Общая характеристика программы производственной практики	4
2.	Структура и содержание производственной практики	7
3.	Условия реализации производственной практики	10
4.	Контроль и оценка результатов освоения производственной практики	14

# **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПП.03) ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 Подготовка и проведение маркетингового исследования**

## **1.1. Область применения программы производственной практики (ПП.03)**

Программа практики ПП.03 является составной частью основной профессиональной образовательной программы и предназначена для использования в учебном процессе по всем формам обучения по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность.

## **1.2. Место производственной практики (ПП.03) в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Рабочая программа практики является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность в части освоения вида деятельности: Подготовка и проведение маркетингового исследования.

Практика проводится в рамках освоения студентами профессионального модуля ПМ.03 Подготовка и проведение маркетингового исследования основной профессиональной образовательной программы по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность.

## **1.3. Цель, задачи и планируемые результаты освоения производственной практики (ПП.03)**

В результате прохождения производственной практики (ПП.03) студент должен освоить основной вид деятельности Подготовка и проведение маркетингового исследования, сформировать профессиональные и общие компетенции:

### **1.3.1. Перечень общих компетенций**

<i>Код</i>	<i>Наименование</i>
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 03	планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде

### 1.3.2. Перечень профессиональных компетенций:

<i>Код</i>	<i>Наименование</i>
<b>ВД 3</b>	<b><i>Подготовка и проведение маркетингового исследования</i></b>
ПК 3.1	Планировать маркетинговое исследование конъюнктуры рынка товаров и услуг;
ПК 3.2	Проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга с целью обеспечения клиентоориентированности конгрессно-выставочной деятельности;
ПК 3.3	Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации.

1.3.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none"><li>- подготовки и планирования процесса проведения маркетингового исследования, установления сроков и требований к проведению маркетингового исследования;</li><li>- определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования;</li><li>- разработки технического задания для проведения маркетингового исследования;</li><li>- подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования;</li><li>- планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации;</li><li>- подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований.</li></ul>
уметь	<ul style="list-style-type: none"><li>- составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования; - анализировать текущую рыночную конъюнктуру;</li><li>- проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;</li><li>- систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации; - создавать отчеты по результатам маркетингового исследования.</li></ul>
знать	<ul style="list-style-type: none"><li>- особенности проведения социологических исследований;</li><li>- принципы системного анализа;</li><li>- методы проведения маркетингового исследования;</li><li>- особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг;</li><li>- принципы системного анализа.</li></ul>

#### **1.4. Способ организации практики**

Практика проводится после освоения профессионального модуля ПМ.03 Подготовка и проведение маркетингового исследования.

#### **1.5. База практики, сроки проведения практики**

Производственная практика (ПП.03) проводится на базе профильной

организации.

Срок проведения практики определяется календарным учебным графиком.

**1.6. Количество часов, отводимое на освоение программы производственной практики (ПП.03)**

Всего продолжительность производственной практики по ПМ.03 составляет 4 недели (144 часа).

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПП.03)

### 2.1. Структура производственной практики (ПП.03)

Коды профессиональных, общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Количество часов
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
ПК 3.1-3.3 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04	ПМ.03 Подготовка и проведение маркетингового исследования	
	Производственная практика (ПП.03)	
	МДК.03.01 Основы маркетинга	
	МДК.03.02 Маркетинговые исследования в конгрессно-выставочной деятельности	
	Промежуточная аттестация	Диф.зачет
	<i>Всего:</i>	<i>144</i>

## 2.2. Тематический план и содержание производственной практики (ПП.03)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК), практики	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем в часах / в т.ч. в форме практической подготовки	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
<b>ПМ 03 Подготовка и проведение маркетингового исследования</b>		144	
<b>МДК 03.01 Основы маркетинга;</b>			
<b>МДК.03.02 Маркетинговые исследования в конгрессно-выставочной деятельности</b>			
<b>Производственная практика</b>	<b>Виды работ</b>		
<b>Тема 1.</b> Вводный инструктаж	Вводный инструктаж, ознакомление с правилами по технике безопасности, противопожарной безопасности, правилами внутреннего трудового распорядка.	2	ОК 01
<b>Тема 2</b> Основы маркетинга	Ознакомление с маркетинговой деятельностью на предприятии. Ознакомление с положением о службе маркетинга. Ознакомление с маркетинговым планом организации. Изучение организационной структуры управления службой маркетинга. Изучение функциональных обязанностей специалистов маркетологов и профессиональные требования к ним.	54	ПК 3.1-3.3 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04
<b>Тема 3.</b> Маркетинговые исследования в конгрессно-выставочной деятельности	Анализ факторов макросреды организации (субъектов управления, регулирующих деятельность) – поставщиков, потребителей, конкурентов, экономические, политические факторы и т.д. Анализ микросреды (материально-техническая база, ассортимент, цены, внешнее и внутреннее оформление организации, технологический процесс). Проведение анализа маркетинговых возможностей исследуемого объекта с использованием методики SWOT-	84	ПК 3.1-3.3 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04

	<p>анализа и PEST-анализа.</p> <p>Проведение исследования комплекса маркетинга организации.</p> <p>Проведение анализа текущей рыночной конъюнктуры.</p> <p>Анализ конкурентных преимуществ конгрессно-выставочной компании.</p> <p>Анализ процесса составления технического задания для выполнения маркетингового исследования.</p> <p>Анализ подготовки и планирования процесса проведения маркетингового исследования, установления сроков и требований к проведению маркетингового исследования.</p> <p>Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых могут быть получены комплексные результаты исследования.</p> <p>Анализ плана проведения маркетингового исследования.</p> <p>Изучение процесса планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации.</p> <p>Анализ процесса подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований.</p>		
<b>Тема 4.</b> Оформление отчета по практике	Составление и оформление отчета о прохождении практики в соответствии с методическими рекомендациями.	2	ОК 01
<b>Тема 5.</b> Промежуточная аттестация: защита отчета по практике	Представление отчета по практике в форме публичной защиты.	2	ОК 01

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ (ПП.03)**

**3.1. Для реализации программы производственной практики (ПП.03) должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:**

- оснащенные базы практики (рабочее место):
- персональное рабочее место (стол, стул),
- компьютер с лицензионным программным обеспечением,
- многофункциональное устройство/принтер,
- доступ к сети Интернет,
- мобильное устройство для хранения информации (флэш-память).

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики должно соответствовать содержанию профессиональной деятельности и дать возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

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 электронные издания**

1. Беляев, В. И., Основы маркетинга сферы услуг : учебник / В. И. Беляев, М. М. Бутакова, Е. В. Бутакова, О. Н. Пяткова. — Москва : КноРус, 2022. — 215 с. — ISBN 978-5 406-09516-4. — URL: <https://book.ru/book/943172>. — Текст : электронный.
2. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 304 с.
3. Дурович, А. П. Основы маркетинга : учебное пособие / А. П. Дурович. — Минск : РИПО, 2021. — 291 с. — ISBN 978-985-7253-58-6.

4. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга : учебник / Ю.Н. Егоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 292 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014862-5. - <https://znanium.ru/catalog/product/1372729> Текст : электронный. - URL:
5. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 315 с.
6. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 224 с.
7. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 383 с.
8. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 307 с.
9. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 277 с.
10. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 342 с.

### **3.2.2. Дополнительные источники**

1. Акьюлов, Р. И. Маркетинг : учебное пособие для спо / Р. И. Акьюлов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2025. — 140 с. — ISBN 978-5-507-50451-0. — Текст : электронный // Лань : <https://e.lanbook.com/book/437174> электронно-библиотечная система. — URL:
2. Басовский, Л. Е. Маркетинг : учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 233 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-020419 2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2173216>
3. Герасимов, Б. И. Маркетинг : учебное пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, М.В. Жарикова. — 2-е изд. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. — 320 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-018783-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2056806>
4. Грибов, В. Д., Основы маркетинга сферы услуг : учебное пособие / В. Д. Грибов. — Москва : КноРус, 2023. — 168 с. — ISBN 978-5-406-10267-1. — URL:

- <https://book.ru/book/944933>. — Текст : электронный. 5. Грибов, В. Д., Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебное пособие / В. Д. Грибов. — Москва : КноРус, 2025. — 224 с. — ISBN 978-5-406-13771-0. — URL: <https://book.ru/book/955532>. — Текст : электронный.
6. Захарова, И. В., Маркетинг : учебное пособие / И. В. Захарова. — Москва : КноРус, 2023. — 202 с. — ISBN 978-5-406-10761-4. — URL: <https://book.ru/book/947117>. — Текст : электронный.
7. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 422 с.
8. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 386 с.
9. Морошкин, В. А. Маркетинг : учебное пособие / В.А. Морошкин, Н.А. Контарёва, Н.Ю. Курганова. — Москва : ФОРУМ, 2020. — 352 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-432-0. - <https://znanium.ru/catalog/product/1072282>
10. Текст : электронный. - URL: Мумладзе, Р. Г., Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебное пособие / Р. Г. Мумладзе, В. С. Парамонов, Н. И. Литвина. — Москва : Русайнс, 2024. — 350 с. — ISBN 978-5-466-06766-8. — URL: <https://book.ru/book/953825>. — Текст : электронный.
11. Овсянников, А. А. Современный маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 500 с. 12. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности : учебник / С. А. Ганина, О. В. Глинкина, Т. Р. Зеленина [и др.] ; под общ. ред. Т. А. Шпилькиной, О. В. Глинкиной. — Москва : КноРус, 2023. — 391 с. — ISBN 978-5-406-11062 1. — URL: <https://book.ru/book/947644>. — Текст : электронный.
13. Основы маркетинга. Практический курс : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 221 с.
14. Парамонова, Т. Н., Маркетинг : учебное пособие / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк. — Москва : КноРус, 2023. — 189 с. — ISBN 978-5-406-11195-6. — URL: <https://book.ru/book/948323> (дата обращения: 01.11.2024). — Текст : электронный.
15. Попкова, Е. Г., Маркетинг в рекламе : учебник / Е. Г. Попкова, Е. А. Родина, А. В. Боговиз. — Москва : КноРус, 2024. — 178 с. — ISBN 978-5-406-11835-1. — URL: <https://book.ru/book/950121>. — Текст : электронный.

16. Пястолов, С. М., Основы экономики, менеджмента и маркетинга +e Приложение. : учебник / С. М. Пястолов. — Москва : КноРус, 2023. — 246 с. — ISBN 978-5 406-11478-0. — URL: <https://book.ru/book/948884>. — Текст : электронный.
17. Резник, Г. А. Маркетинг : учебное пособие / Г.А. Резник. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 199 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-018914-7. - <https://znanium.ru/catalog/product/2067373>
18. Текст : электронный. - URL: Рыжиков, С. Н., Маркетинг в рекламе +e Приложение : учебник / С. Н. Рыжиков. — Москва : КноРус, 2025. — 228 с. — ISBN 978-5-406-13688-1. — URL: <https://book.ru/book/955438>. — Текст : электронный.
19. Москва Рычкова, Н. В., Маркетинговые исследования : учебник / Н. В. Рычкова. — : КноРус, 2021. — 310 с. — ISBN 978-5-406-01615-2. — URL: <https://book.ru/book/938760> . — Текст : электронный.
20. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 487 с. 21. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 08.08.2024) "О защите прав потребителей".

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПП.03)

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках практики	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1-3.3	<p><b>Формы контроля</b>            Индивидуальный            Групповой</p> <p><b>Методы контроля:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– публичное выступление (защита отчета, доклада, реферата);</li> <li>– наблюдение за выполнением практических заданий в ходе прохождения практики;</li> <li>– задания для самостоятельной работы;</li> <li>– отчет по практике.</li> </ul> <p><b>Формы оценки</b>            Дифференцированный зачет</p>
ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04.	<p><b>Формы контроля</b>            Индивидуальный            Групповой</p> <p><b>Методы контроля:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– публичное выступление (защита отчета, доклада, реферата);</li> <li>– наблюдение за выполнением практических заданий в ходе прохождения практики;</li> <li>– задания для самостоятельной работы;</li> <li>– отчет по практике.</li> </ul> <p><b>Формы оценки</b>            Дифференцированный зачет</p>



Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация  
«Вятский гуманитарно-экономический колледж»  
(АНПО «ВГЭК»)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (УП.01)  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
ПМ.01 ПОДГОТОВКА И СОПРОВОЖДЕНИЕ ПРОВЕДЕНИЯ  
ВЫСТАВОК**

образовательной программы среднего профессионального образования –  
программы подготовки специалистов среднего звена

38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность

СПЕЦИАЛИСТ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
(квалификация)

Составители:

Фамилия, имя, отчество	Должность
Тимшин Вадим Алексеевич	преподаватель
Береснев Сергей Александрович	преподаватель
Песляк Ольга Олеговна	методист

Программа учебной практики (УП.01) разработана на основе требований:

- федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность, утверждённого приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 30.06.2025 № 503 (далее – ФГОС СПО);
- с учетом примерной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности;
- в соответствии с рабочей программой воспитания.

## СОДЕРЖАНИЕ

1.	Общая характеристика программы учебной практики	4
2.	Структура и содержание учебной практики	7
3.	Условия реализации учебной практики	11
4.	Контроль и оценка результатов освоения учебной практики	14

# **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (УП.01) ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01 Подготовка и сопровождение проведения выставок**

## **1.1. Область применения программы учебной практики (УП.01)**

Программа практики УП.01 является составной частью основной профессиональной образовательной программы и предназначена для использования в учебном процессе по всем формам обучения по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность.

## **1.2. Место учебной практики (УП.01) в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Рабочая программа практики является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность в части освоения вида деятельности: Подготовка и сопровождение проведения выставок.

Практика проводится в рамках освоения студентами профессионального модуля ПМ.01 Подготовка и сопровождение проведения выставок основной профессиональной образовательной программы по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность.

## **1.3. Цель, задачи и планируемые результаты освоения учебной практики (УП.01)**

В результате прохождения учебной практики (УП.01) студент должен освоить основной вид деятельности Подготовка и сопровождение проведения выставок, сформировать профессиональные и общие компетенции:

### **1.3.1. Перечень общих компетенций**

<i><b>Код</b></i>	<i><b>Наименование</b></i>
ОК 01	выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 02	использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 03	планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 09	пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

### 1.3.2. Перечень профессиональных компетенций:

<i>Код</i>	<i>Наименование</i>
<b>ВД 1</b>	<b>Подготовка и сопровождение проведения выставок</b>
ПК 1.1	Формировать базы данных участников торгово-промышленных выставок, а также мероприятий деловой и дополнительной программы выставок.
ПК 1.2	Осуществлять коммуникации с целью привлечения участников выставок с использованием современных средств связи.
ПК 1.3	Разрабатывать информационные материалы о выставках.
ПК 1.4	Вести документооборот выставки, в том числе электронный.
ПК 1.5	Консультировать участников выставки по вопросам организации их участия.

### 1.3.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществления организационного и документационного обеспечения деятельности организации;</li> <li>-решение ограниченного количества нетипичных задач при условии наличия методической помощи (например, постановка уточняющих вопросов);</li> <li>-принятие профессиональных и управленческих решений в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.</li> </ul>
уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>-подготавливать проекты управленческих решений;</li> <li>-обрабатывать входящие и исходящие документы, систематизировать их, составлять номенклатуру дел и формировать документы в дела;</li> <li>-готовить и проводить совещания, деловые встречи, приемы и презентации;</li> <li>-создавать и вести единые (корпоративные) системы документационного обеспечения управления в организации на базе новейших технологий;</li> <li>-планировать, прогнозировать и анализировать деловое общение;</li> <li>-применять техники и приемы эффективного общения в профессиональной деятельности;</li> <li>-использовать приемы саморегуляции поведения в процессе межличностного общения;</li> <li>-устанавливать деловые контакты с учетом особенностей партнеров по общению и соблюдением делового этикета;</li> <li>-использовать эффективные приемы управления конфликтами.</li> </ul>
знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>-основные правила хранения и защиты служебной информации;</li> <li>-виды, назначение и состав электронной документации;</li> <li>-цели, функции, виды и уровни общения;</li> <li>-роли и ролевые ожидания в общении;</li> <li>-специфику делового общения, структуру коммуникативного акта и условия установления контакта;</li> <li>-нормы и правила профессионального поведения и этикета;</li> <li>-механизмы взаимопонимания в общении;</li> <li>-техники и приемы общения, правила слушания, ведения беседы, убеждения;</li> <li>-этические принципы общения;</li> <li>-влияние индивидуальных особенностей партнеров на процесс общения;</li> </ul>

	-источники, причины, виды и способы разрешения конфликтов; -закономерности формирования и развития команды.
--	--

#### **1.4. Способ организации практики**

Практика проводится после освоения профессионального модуля ПМ.01  
Подготовка и сопровождение проведения выставок.

#### **1.5. База практики, сроки проведения практики**

Учебная практика (УП.01) проводится на базе колледжа.

Срок проведения практики определяется календарным учебным графиком.

#### **1.6. Количество часов, отводимое на освоение программы учебной практики (УП.01)**

Всего продолжительность учебной практики по ПМ.01 составляет 2 недели (72 часа).

Промежуточная аттестация в форме зачета.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (УП.01)

### 2.1. Структура учебной практики (УП.01)

Коды профессиональных, общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Количество часов
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
ПК 1.1-1.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09	ПМ.01 Подготовка и сопровождение проведения выставок	
	Учебная практика (УП.01)	
	МДК.01.01 Организация выставки	
	МДК.01.02 Продвижение выставочного продукта и услуг	
	Промежуточная аттестация	зачет
	<i>Всего:</i>	<i>72</i>

## 2.2. Тематический план и содержание учебной практики (УП.01)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК), практики	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем в часах / в т.ч. в форме практической подготовки	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
<b>ПМ 01 Подготовка и сопровождение проведения выставок</b>		72	
<b>МДК 01.01 Организация выставки;</b>			
<b>МДК.01.02 Продвижение выставочного продукта и услуг.</b>			
<b>Учебная практика</b>	<b>Виды работ</b>		
<b>Тема 1.</b> Вводный инструктаж	Вводный инструктаж, ознакомление с правилами по технике безопасности, противопожарной безопасности, правилами внутреннего трудового распорядка.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 09
<b>Тема 2.</b> Организация выставки	Обзор рынка торгово-промышленных выставок (ТПВ). Классификация выставочных мероприятий. Оформление выставочного пространства. Технологии подготовки выставки. Документооборот выставки, в том числе электронный. Организация деловой программы выставки. Современные тенденции в сфере организации коммуникаций. Методы эффективных публичных выступлений и презентаций. Методы ведения деловых переговоров, консультирование потенциальных участников мероприятия о торгово-промышленной выставке, деловой и дополнительной программе в соответствии с их интересами и запросами. Подготовка презентаций, информационных писем и приглашений для привлечения к участию в Торгово-	34	ПК 1.1-1.5 ОК 01

	<p>промышленной выставке различных групп потенциальных участников.</p> <p>Основы психологии. Основы этики делового общения и межкультурной коммуникации.</p> <p>Технологии организации эффективного участия в выставке.</p> <p>Консультирование участников выставки по вопросам организации их участия.</p> <p>Спонсорство на выставке.</p> <p>Сервисное обслуживание на выставках.</p> <p>Информационная поддержка выставки.</p> <p>Составление сметы расходов.</p> <p>Организация взаимодействия участников и организаторов выставочного мероприятия.</p> <p>Оценка эффективности выставки.</p>		
<p><b>Тема 3. Продвижение выставочного продукта и услуг</b></p>	<p>Управление каналами распределения и продаж выставочного продукта и услуг.</p> <p>Разработка эффективной программы коммуникаций выставочного продукта и услуг.</p> <p>Технологии прямого маркетинга в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг.</p> <p>Стимулирование сбыта в комплексе маркетинговых коммуникаций выставочного продукта и услуг.</p> <p>Технологии рекламы выставочного продукта и услуг в СМИ.</p> <p>Продвижение выставочного продукта и услуг в Интернете.</p> <p>Паблик рилейшнз на выставочном поле.</p> <p>Специфика рекламных и информационных материалов выставочного продукта и услуг в СМИ.</p> <p>Вербальный и визуальный ряд рекламных сообщений выставки.</p>	<p>32</p>	<p>ПК 1.1-1.5 ОК 03</p>

<b>Тема 4.</b> Оформление отчета по практике	Составление и оформление отчета о прохождении практики в соответствии с методическими рекомендациями.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 09
<b>Тема 5.</b> Промежуточная аттестация: защита отчета по практике	Представление отчета по практике в форме публичной защиты.	2	ОК 09

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ (УП.01)

**3.1. Для реализации программы учебной практики (УП.01) должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:**

- кабинет «Выставочный зал» (специально оборудованная аудитория);
- классы для групповых, индивидуальных и самостоятельных занятий.

*Оборудование учебного класса для групповых занятий:*

- аудиторная доска;
- компьютер с лицензионным программным обеспечением;
- мультимедийный проектор;
- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя.

*Технические средства обучения:*

- компьютер, медиапроектор, аудио- и видеоаппаратура.

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

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 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. платформа Юрайт [сайт]. — URL: 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 <https://urait.ru/bcode/540719> 3.2.2.

6. Митрошенков, О. А. Деловые переговоры: учебное пособие для вузов / О. А. Митрошенков. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07951-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493376>

7. Митрошенков, О. А. Деловое общение: эффективные переговоры: практическое пособие / О. А. Митрошенков. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 315 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-10704-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494467>

8. Боресков, А. В. Компьютерная графика: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 219 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11630-4. - Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518504>

9. Сергеев, Е. Ю. Технология производства печатных и электронных средств информации: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Ю. Сергеев. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 227 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10856-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541372>

### **3.2.2. Дополнительные источники**

1. Матвеева, Л. В. Психология ведения переговоров: учебное пособие для вузов / Л. В. Матвеева, Д. М. Крюкова, М. Р. Гараева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 121 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09865-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491523>

2. Голуб, И. Б. Русский язык и практическая стилистика. Справочник:

учебно-справочное пособие для среднего профессионального образования / И. Б. Голуб. — 3-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 355 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-10264-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517649>

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (УП.01)

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках практики	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1-1.5	<p><b>Формы контроля</b>            Индивидуальный            Групповой</p> <p><b>Методы контроля:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– публичное выступление (защита отчета, доклада, реферата);</li> <li>– наблюдение за выполнением практических заданий в ходе прохождения практики;</li> <li>– задания для самостоятельной работы;</li> <li>– отчет по практике.</li> </ul> <p><b>Формы оценки</b>            зачет</p>
ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09	<p><b>Формы контроля</b>            Индивидуальный            Групповой</p> <p><b>Методы контроля:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– публичное выступление (защита отчета, доклада, реферата);</li> <li>– наблюдение за выполнением практических заданий в ходе прохождения практики;</li> <li>– задания для самостоятельной работы;</li> <li>– отчет по практике.</li> </ul> <p><b>Формы оценки</b>            зачет</p>



Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация  
«Вятский гуманитарно-экономический колледж»  
(АНПО «ВГЭК»)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (УП.02)  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
ПМ.02 ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПОДГОТОВКИ КОНГРЕССНОГО  
МЕРОПРИЯТИЯ**

образовательной программы среднего профессионального образования –  
программы подготовки специалистов среднего звена

38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность

СПЕЦИАЛИСТ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*(квалификация)*

Составители:

Фамилия, имя, отчество	Должность
Тимшин Вадим Алексеевич	преподаватель
Береснев Сергей Александрович	преподаватель
Песляк Ольга Олеговна	методист

Программа учебной практики (УП.02) разработана на основе требований:

- федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность, утверждённого приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 30.06.2025 № 503 (далее – ФГОС СПО);
- с учетом примерной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности;
- в соответствии с рабочей программой воспитания.

## СОДЕРЖАНИЕ

1.	Общая характеристика программы учебной практики	4
2.	Структура и содержание учебной практики	7
3.	Условия реализации учебной практики	10
4.	Контроль и оценка результатов освоения учебной практики	12

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (УП.02) ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02 Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия

## 1.1. Область применения программы учебной практики (УП.02)

Программа практики УП.02 является составной частью основной профессиональной образовательной программы и предназначена для использования в учебном процессе по всем формам обучения по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность.

## 1.2. Место учебной практики (УП.02) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Рабочая программа практики является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность в части освоения вида деятельности: Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия.

Практика проводится в рамках освоения студентами профессионального модуля ПМ.02 Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия основной профессиональной образовательной программы по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность.

## 1.3. Цель, задачи и планируемые результаты освоения учебной практики (УП.02)

В результате прохождения учебной практики (УП.02) студент должен освоить основной вид деятельности Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия, сформировать профессиональные и общие компетенции:

### 1.3.1. Перечень общих компетенций

<i>Код</i>	<i>Наименование</i>
ОК 01	выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 03	планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 04	эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 06	проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 09	пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

### 1.3.2. Перечень профессиональных компетенций:

<i>Код</i>	<i>Наименование</i>
<b>ВД 2</b>	<b>Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия</b>
ПК 2.1	Осуществлять подготовку конгрессного мероприятия и его информационную поддержку.
ПК 2.2	Сопровождать работу офиса организатора конгрессного мероприятия при подготовке к проведению конгрессного мероприятия.
ПК 2.3	Планировать и организовать мероприятия деловой программы.

### 1.3.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовка информационных писем и приглашений к участию в конгрессных мероприятиях;</li> <li>- ведение, обновление клиентской базы данных потенциальных участников конгрессных мероприятий, подрядных организаций, партнерских организаций, спонсоров;</li> <li>- подготовка презентаций конгрессных мероприятий для потенциальных участников с целью их привлечения к участию;</li> <li>- поиск отраслевых экспертов, спикеров и модераторов в соответствии со структурой деловой программы;</li> </ul>
уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>- пользоваться информационно-коммуникативными технологиями для поиска информации;</li> <li>- определять значение факторов и событий внешней среды для проекта конгрессных мероприятий;</li> <li>- вести переговоры с потенциальными участниками конгрессных мероприятий с целью привлечения их к участию в деловой и дополнительной программах мероприятия;</li> <li>- формулировать тему мероприятия и темы докладов с указанием временных интервалов в программе конгрессного мероприятия (осуществлять верстку программы);</li> <li>- осуществлять коммуникации с использованием современных средств связи (видеоконференции, вебинары);</li> <li>- применять методы и способы деловой коммуникации с учетом индивидуальных особенностей потенциального участника;</li> <li>- планировать и применять тактику проведения переговоров;</li> </ul>
знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>- нормативные правовые акты в сфере организации и проведения публичных мероприятий и в сфере персональных данных;</li> <li>- основы менеджмента конгрессных мероприятий и смежных направлений деятельности;</li> <li>- основные виды маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- методы разработки рекламных и информационных текстов;</li> <li>- основы психологии и этики делового общения и межкультурной коммуникации, а также теории межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии;</li> <li>- современные тенденции в сфере организации коммуникаций на конгрессных мероприятиях;</li> <li>- иностранный язык (письменный и устный) на среднем уровне в сфере конгрессной деятельности, история индустрии встреч;</li> <li>- технологии организации эффективного участия в конгрессных</li> </ul>

	мероприятиях; - форматы деловых мероприятий критерии отбора спикеров деловой программы; - выбор площадки и оборудования для конференции или другого делового мероприятия; - организация питания для участников деловой программы; - методика расчёта бюджета с учетом особенностей делового мероприятия; - виды продвижения деловых мероприятий разных типов.
--	--

#### **1.4. Способ организации практики**

Практика проводится после освоения профессионального модуля ПМ.02  
 Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия.

#### **1.5. База практики, сроки проведения практики**

Учебная практика (УП.02) проводится на базе колледжа.

Срок проведения практики определяется календарным учебным графиком.

#### **1.6. Количество часов, отводимое на освоение программы учебной практики (УП.02)**

Всего продолжительность учебной практики по ПМ.02 составляет 1 неделя (36 часов).

Промежуточная аттестация в форме зачета.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (УП.02)

### 2.1. Структура учебной практики (УП.02)

Коды профессиональных, общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Количество часов
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
ПК 2.1-2.3 ОК 01, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09	ПМ.02 Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия	
	Учебная практика (УП.02)	
	МДК.02.01 Сервисное сопровождение конгрессного мероприятия	
	МДК.02.02 Интегрированные коммуникации конгрессного мероприятия	
	Промежуточная аттестация	зачет
	<i>Всего:</i>	<i>36</i>

## 2.2. Тематический план и содержание учебной практики (УП.02)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК), практики	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем в часах / в т.ч. в форме практической подготовки	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
<b>ПМ 02 Обеспечение подготовки конгрессного мероприятия</b>		36	
<b>МДК 02.01 Сервисное сопровождение конгрессного мероприятия;</b>			
<b>МДК.02.02 Интегрированные коммуникации конгрессного мероприятия.</b>			
<b>Учебная практика</b>	<b>Виды работ</b>		
<b>Тема 1.</b> Вводный инструктаж	Вводный инструктаж, ознакомление с правилами по технике безопасности, противопожарной безопасности, правилами внутреннего трудового распорядка.	2	ОК 01, ОК 09
<b>Тема 2.</b> Сервисное сопровождение конгрессного мероприятия	Современные тенденции развития рынка конгрессных услуг. Подготовка конгрессного мероприятия. Рекламно-информационная поддержка конгрессного мероприятия. Организация работы персонала по сервисному сопровождению конгрессного мероприятия. Форматы деловых мероприятий. Критерии отбора спикеров деловой программы. Выбор площадки и оборудования для конференции или другого делового мероприятия. Организация питания для участников деловой программы. Сервисное сопровождение конгрессного мероприятия. Программа мероприятия и повестка дня. Профессиональное поведение и этикет в сервисном сопровождении конгрессного мероприятия. Формирование бюджета сервисного сопровождения	15	ПК 2.1-2.3 ОК 01, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09

	<p>конгрессного мероприятия. Эффективность сервисного обслуживания конгрессных мероприятий.</p>		
<p><b>Тема 3.</b> Интегрированные коммуникации конгрессного мероприятия</p>	<p>Коммуникации конгрессного мероприятия: понятие, цели, виды, формы. Реклама как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия. Паблик рилейшнз как как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия. Спонсорство и product placement как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия. Директ-маркетинг как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия. Сейлз промоушн как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия. Брейдинг как как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия. Нетрадиционные средства интегрированных маркетинговых коммуникаций конгрессного мероприятия. Эффективность использования интегрированных коммуникаций конгрессного мероприятия. Оценка и обратная связь.</p>	15	<p>ПК 2.1-2.3 ОК 01, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09</p>
<p><b>Тема 4.</b> Оформление отчета по практике</p>	<p>Составление и оформление отчета о прохождении практики в соответствии с методическими рекомендациями.</p>	2	<p>ОК 01, ОК 09</p>
<p><b>Тема 5.</b> Промежуточная аттестация: защита отчета по практике</p>	<p>Представление отчета по практике в форме публичной защиты.</p>	2	<p>ОК 09</p>

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ (УП.02)**

**3.1. Для реализации программы учебной практики (УП.02) должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:**

- кабинет «Выставочный зал» (специально оборудованная аудитория);
- классы для групповых, индивидуальных и самостоятельных занятий.

*Оборудование учебного класса для групповых занятий:*

- аудиторная доска;
- компьютеры с лицензионным программным обеспечением;
- мультимедийный проектор;
- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя.

*Технические средства обучения:*

- компьютер, медиапроектор, аудио- и видеоаппаратура.

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

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 электронные издания**

1. 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 <https://urait.ru/bcode/516114>
2. Платформа Юрайт [сайт]. — URL: Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 217 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19458-6. — Текст :

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/556494>

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. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4561-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507803>

6. 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>

### **3.2.2. Дополнительные источники**

1. Матвеева, Л. В. Психология ведения переговоров: учебное пособие для вузов / Л. В. Матвеева, Д. М. Крюкова, М. Р. Гараева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 121 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09865-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491523>

2. Голуб, И. Б. Русский язык и практическая стилистика. Справочник: учебно-справочное пособие для среднего профессионального образования / И. Б. Голуб. — 3-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 355 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-10264-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517649>

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (УП.02)

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках практики	Формы и методы контроля и оценки
ПК 2.1-2.3	<p><b>Формы контроля</b>            Индивидуальный            Групповой</p> <p><b>Методы контроля:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– публичное выступление (защита отчета, доклада, реферата);</li> <li>– наблюдение за выполнением практических заданий в ходе прохождения практики;</li> <li>– задания для самостоятельной работы;</li> <li>– отчет по практике.</li> </ul> <p><b>Формы оценки</b>            зачет</p>
ОК 01, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09	<p><b>Формы контроля</b>            Индивидуальный            Групповой</p> <p><b>Методы контроля:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– публичное выступление (защита отчета, доклада, реферата);</li> <li>– наблюдение за выполнением практических заданий в ходе прохождения практики;</li> <li>– задания для самостоятельной работы;</li> <li>– отчет по практике.</li> </ul> <p><b>Формы оценки</b>            зачет</p>