

**Автономная некоммерческая организация профессионального образования
«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
(АНО ПО «ПГТК»)**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ
ЭКЗАМЕНА КВАЛИФИКАЦИОННОГО
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ
ПМ.03. ПОДГОТОВКА И ПРОВЕДЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО
ИССЛЕДОВАНИЯ**

для специальности

38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность
(код и наименование специальности)

Квалификация выпускника
Специалист конгрессно-выставочной деятельности
Форма обучения
Очная

Пермь 2026

Методические рекомендации по выполнению практических работ по профессиональному модулю «ПМ.03. Подготовка и проведение маркетингового исследования» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность (утвержден приказом Министерства Просвещения Российской Федерации от 30 июня 2025 г. N 503).

Данные методические рекомендации помогут организовать самостоятельную деятельность студентов на основе деятельного и компетентного подходов к обучению, что соответствует ФГОС СПО по специальности 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность.

Автор – составитель: Семенова А.В., старший преподаватель.

Методические рекомендации по выполнению практических работ профессионального модуля рассмотрен и одобрен на заседании кафедры общеобразовательных, гуманитарных и социально-экономических дисциплин, протокол, № 01 от 04.02.2026.

Методические рекомендации по выполнению практических работ предназначен для оценивания достижений запланированных результатов по ПМ.03 Подготовка и проведение маркетингового исследования. Методические рекомендации по выполнению практических работ представляет собой комплект материалов для проведения практических занятий (в форме практической подготовке) и осуществления контроля за выполнением работ.

Методические рекомендации по выполнению практических работ позволяет оценивать: умений, знаний и навыков.

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК 03	<p>определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности,</p> <p>применять современную научную профессиональную терминологию,</p> <p>определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования,</p> <p>выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи,</p> <p>определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности,</p> <p>выявлять источники</p>	<p>содержание актуальной нормативно-правовой документации,</p> <p>современная научная и профессиональная терминология,</p> <p>возможные траектории профессионального развития и самообразования,</p> <p>основы предпринимательской деятельности, правовой и финансовой грамотности,</p> <p>правила разработки презентации,</p> <p>основные этапы разработки и реализации проекта</p>	

	<p>финансирования,</p> <p>презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности,</p> <p>определять источники достоверной правовой информации,</p> <p>составлять различные правовые документы,</p> <p>находить интересные проектные идеи, грамотно их формулировать и документировать,</p> <p>оценивать жизнеспособность проектной идеи, составлять план проекта</p>		
<p>ПК.3.1 Планировать маркетинговое исследование конъюнктуры рынка товаров и услуг</p>	<p>составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования;</p> <p>анализировать текущую рыночную конъюнктуру</p>	<p>особенности проведения социологических исследований;</p> <p>принципы системного анализа</p>	<p>подготовки и планирования процесса проведения маркетингового исследования, установления сроков и требований к проведению маркетингового исследования;</p> <p>определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут</p>

			<p>получены комплексные результаты исследования;</p> <p>разработки технического задания для проведения маркетингового исследования;</p> <p>подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования</p>
ПК 3.2 Проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга с целью обеспечения клиентоориентированности конгрессно-выставочной деятельности	проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>методы проведения маркетингового исследования;</p> <p>особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг</p>	<p>планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации</p>
ПК 3.3 Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации	<p>систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации;</p> <p>создавать отчеты по результатам маркетингового исследования</p>	принципы системного анализа	Подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований

ЗАДАНИЯ ДЛЯ ЭКЗАМЕНУЮЩЕГОСЯ

Задания для экзамена квалификационного ориентированы на проверку освоения вида деятельности (всего модуля) *ПМ.03. ПОДГОТОВКА И ПРОВЕДЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ* в целом. Типовые задания носят компетентностно-ориентированный, комплексный характер.

Типовое задание для экзаменуемого

ИНСТРУКЦИЯ

1. Внимательно прочитайте задание.
2. Результаты работы необходимо загрузить на СДО ПГТК в курс Экзамен (квалификационный) по ПМ.02
3. Время выполнения задания 70 минут.

ТЕКСТ ЗАДАНИЯ

Задание 1.

Сформулируйте проблему и 3 цели маркетингового исследования для нового Международного форума по устойчивому туризму. Обоснуйте необходимость исследования.

Задание 2.

Разработайте анкету (не более 12 вопросов) для оценки удовлетворённости участников Выставки.

Включите:

- демографические вопросы,
- вопросы о программе,
- вопросы об организации,
- шкалу prs.

Задание 3.

Определите целевую аудиторию (рассчитайте выборку), учитывая следующие ее критерии:

- средний возраст участников (респондентов),
- причины участия в мероприятии.

Какое количество респондентов необходимо опросить для обеспечения репрезентативности результатов исследования?

Задание 4. (ПК 2.4) На основе вымышленных данных (например, 68% не знают о мероприятии заранее) сформулируйте 3 рекомендации по улучшению коммуникационной стратегии.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ВЫПОЛНЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ

Результаты сформированности общих и профессиональных компетенций выражаются в уровнях: высоком, среднем, низком.

Высокий уровень – студент уверенно демонстрирует готовность и способность к самостоятельной профессиональной деятельности не только в стандартных, но и во внештатных ситуациях.

Средний уровень – студент выполняет все виды профессиональной деятельности в стандартных ситуациях уверенно, добросовестно, эффективно.

Низкий уровень – студент выполняет все виды профессиональной деятельности, допуская ошибки и неточности.

При оценке выполненных практических заданий учитываются:

- рациональное распределение времени на выполнение задания;
- наличие развернутого ответа на поставленные вопросы;
- самостоятельность выполнения задания;
- своевременность выполнения заданий в соответствии с установленным лимитом времени.

Критерии оценки практического задания:

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями тем, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания в стандартной ситуации.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания выносимых вопросов тем дисциплины, допускает

грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач.