

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Муромский институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования
**«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(МИ ВлГУ)**

Кафедра ПМК

«УТВЕРЖДАЮ»
Заместитель директора по УР
_____ Д.Е. Андрианов
_____ 25.05.2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Основы выставочной деятельности

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

*Реклама и связи с общественностью в
коммерческой и производственной сфере*

Семестр	Трудоем- кость, час./зач. ед.	Лек- ции, час.	Практи- ческие занятия, час.	Лабора- торные работы, час.	Консуль- тация, час.	Конт- роль, час.	Всего (контак- тная работа), час.	СРС, час.	Форма промежу- точного контроля (экз., зач., зач. с оц.)
4	108 / 3	16	16		1,6	0,25	33,85	74,15	Зач.
Итого	108 / 3	16	16		1,6	0,25	33,85	74,15	

Муром, 2021 г.

1. Цель освоения дисциплины

Целью данного курса является овладение навыками планирования и организации выставочной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью через освоение основных категорий в области теории выставочной деятельности, истоков ее формирования, подходов, методов технологий и современной практики.

Задачи дисциплины:

- изучить историю развития выставочной деятельности в России и за рубежом, определить основные тенденции развития выставочной деятельности, изучить опыт региональных центров ярмарочно-выставочного дела;
- проанализировать специфику работы стендиста, галериста, куратора, дизайнера-организатора выставок, определить специфические правила в работе с клиентами, посетителями на основе кодекса выставочного этикета;
- ознакомиться с новейшими технологиями выставочного дела, с мировым и отечественным опытом, со специальной терминологией выставочной деятельности, теоретическими и практическими аспектами организации выставочной деятельности;
- получить навыки организации выставок и анализ их эффективности;
- овладеть навыками планирования экспозиций в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом их особенностей.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Изучение данной дисциплины базируется на знаниях, полученных в результате освоения следующих дисциплин: "Культурология", "Социология", "Правоведение", "Основы теории коммуникации". В свою очередь на знаниях этой дисциплины базируется "Организация и проведение коммуникационных кампаний".

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
РПК-4 Способен реализовывать алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью, используя результаты исследований, осуществлять документационное сопровождение проектов	РПК-4.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	знать организационные основы выставочно-ярмарочной деятельности как формы коммуникационных кампаний (РПК-4.1) владеть навыками участия в выставочных проектах (РПК-4.1)	вопросы к устному опросу, тест,
	РПК-4.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	знать виды и содержание документов, применяемых в выставочно-ярмарочной деятельности (РПК-4.2) уметь составлять документы, применяемые в выставочно-ярмарочной деятельности (РПК-4.2)	
	РПК-4.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта	знать основы проведения исследований в процессе проведения выставочных мероприятий (РПК-4.3) уметь анализировать результаты исследований (РПК-4.3)	

ПКО-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКО-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	знать основы планирования выставочной кампании (ПКО-1.2) уметь составлять планы выставочных мероприятий и участия в них (ПКО-1.2)	вопросы к устному опросу, тест,
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.2 Разрабатывает решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм	знать виды нормативных актов, регулирующих выставочно-ярмарочную деятельность в РФ и за рубежом (УК-2.2) уметь применять правовые нормы при реализации проектов (УК-2.2)	вопросы к устному опросу

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

4.1. Форма обучения: очная

Уровень базового образования: среднее общее.

Срок обучения 4г.

4.1.1. Структура дисциплины

№ п\п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником							Самостоятельная работа	Форма текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации(по семестрам)
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	КП / КР	Консультация	Контроль		
1	Теоретические основы выставочной деятельности.	4	8	8						50	Устный опрос
2	Практика подготовки и проведения выставки.	4	8	8						24,15	Тестирование, устный опрос
Всего за семестр		108	16	16				1,6	0,25	74,15	Зач.
Итого		108	16	16				1,6	0,25	74,15	

4.1.2. Содержание дисциплины

4.1.2.1. Перечень лекций

Семестр 4

Раздел 1. Теоретические основы выставочной деятельности.

Лекция 1.

Выставочная деятельность: сущность, содержание, классификации (2 часа).

Лекция 2.

Цели и функции выставок (2 часа).

Лекция 3.

Выставка и ее характеристики (2 часа).

Лекция 4.

Документационное обеспечение выставочной деятельности (2 часа).

Раздел 2. Практика подготовки и проведения выставки.

Лекция 5.

Выставочная деятельность организации (2 часа).

Лекция 6.

Средства выставочной деятельности (2 часа).

Лекция 7.

Организация и проведение выставок (2 часа).

Лекция 8.

Организация и проведение выставок (2 часа).

4.1.2.2. Перечень практических занятий

Семестр 4

Раздел 1. Теоретические основы выставочной деятельности.

Практическое занятие 1

Выставочная деятельность: сущность, содержание, классификации (2 часа).

Практическое занятие 2

Цели и функции выставок (2 часа).

Практическое занятие 3

Выставка и ее характеристики (2 часа).

Практическое занятие 4

Документационное обеспечение выставочной деятельности (2 часа).

Раздел 2. Практика подготовки и проведения выставки.

Практическое занятие 5

Выставочная деятельность организации (2 часа).

Практическое занятие 6

Средства выставочной деятельности (2 часа).

Практическое занятие 7

Организация и проведение выставок (2 часа).

Практическое занятие 8

Организация и проведение выставок (2 часа).

4.1.2.3. Перечень лабораторных работ

Не планируется.

4.1.2.4. Перечень тем и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Перечень тем, вынесенных на самостоятельное изучение:

1. Этапы становления выставочно-ярмарочной деятельности.
2. Место выставок в комплексе маркетинга.
3. Выставки как инструмент рекламы, паблик рилейшнз.
4. Составление бюджета выставки.
5. Составление бюджета для участия в выставке.
6. Оценка площади стенда.
7. Планирование выставочного мероприятия.
8. Выставочная рекламная кампания.
9. Анализ рисков участия в выставке.

Для самостоятельной работы используются методические указания по освоению дисциплины и издания из списка приведенной ниже основной и дополнительной литературы.

4.1.2.5. Перечень тем контрольных работ, рефератов, ТР, РГР, РПР

Не планируется.

4.1.2.6. Примерный перечень тем курсовых работ (проектов)

Не планируется.

5. Образовательные технологии

В ходе реализации дисциплины используются следующие виды образовательных технологий:

- лекционные занятия;
- проблемное обучение;
- занятия-диалоги;
- мультимедийные технологии;
- работа в группах;
- дискуссии;
- круглые столы.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

Фонды оценочных материалов (средств) приведены в приложении.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

7.1. Основная учебно-методическая литература по дисциплине

1. Есикова, И. В. Ключевые правила организации выставки / И. В. Есикова. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2010. — 105 с. - <https://www.iprbookshop.ru/832.html>

7.2. Дополнительная учебно-методическая литература по дисциплине

1. Евтеев М.А. Перспективы развития выставочной деятельности в туристической индустрии РФ: Современные проблемы сервиса и туризма, выпуск № 2/ 2012, стр. 49-54 - <http://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-vystavochnoy-deyatelnosti-v-turistskoy-industrii-rossiyskoy-federatsii>

2. Сулейманова К.А. Экономический эффект выставочной деятельности: Транспортное дело в России, выпуск №12/ 2009, стр. 96-99 - <http://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskiy-effekt-vystavochnoy-deyatelnosti>

3. Коровина Е.В. Цветкова Е.А. Выставочно-ярмарочная деятельность в контексте коммуникативной политики современной России: Вестник НГТУ им. Р.Е. Алексеева. Серия «Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии», выпуск № 2/ 2014, стр. 32-38 - <http://cyberleninka.ru/article/n/vystavochno-yarmarochnaya-deyatelnost-v-kontekste-kommunikativnoy-politiki-sovremennoy-rossii>

4. Кочетова, Л. М. История выставочно-ярмарочной деятельности : учебное пособие / Л. М. Кочетова. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 154 с. - <https://www.iprbookshop.ru/108229.html>

7.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

В образовательном процессе используются информационные технологии, реализованные на основе информационно-образовательного портала института (www.mivlgu.ru/iop), и инфокоммуникационной сети института:

- предоставление учебно-методических материалов в электронном виде;
- взаимодействие участников образовательного процесса через локальную сеть института и Интернет;
- предоставление сведений о результатах учебной деятельности в электронном личном кабинете обучающегося.

Информационные справочные системы:

Выставочный мост: <http://www.vmost.ru>

evertist-библиотека: <http://evartist.narod.ru/text11/01.htm>

Программное обеспечение:

Не предусмотрено.

7.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

iprbookshop.ru
cyberleninka.ru
vmost.ru
evartist.narod.ru
mivlgu.ru/iop

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лекционная аудитория
Ноутбук, проектор, проекционный экран

9. Методические указания по освоению дисциплины

Для успешного освоения теоретического материала студент знакомится со списком основной и дополнительной учебной литературы из рабочей программы, к которой имеет доступ на информационно-образовательном портале. Конспектирование лекций предполагает и одновременно проработку наиболее трудных вопросов в обсуждении с преподавателем и студентами. Работа с лекционным материалом осуществляется и при подготовке к тесту.

На практических занятиях заслушиваются индивидуальные ответы учащихся, которые они готовят в соответствии с заданиями, содержащимися в Практикуме.

Самостоятельная работа оказывает важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется обучающимся самостоятельно. Каждый обучающийся самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием дисциплины. Он выполняет внеаудиторную работу и изучение разделов, выносимых на самостоятельную работу, по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий. Самостоятельная работа предполагает выполнение заданий для ответа на практических занятиях.

Форма заключительного контроля при промежуточной аттестации – зачет. Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине разработаны фонд оценочных средств и балльно-рейтинговая система оценки учебной деятельности студентов. Оценка по дисциплине выставляется в информационной системе и носит интегрированный характер, учитывающий результаты оценивания участия студентов в аудиторных занятиях, качества и своевременности выполнения заданий в ходе изучения дисциплины и промежуточной аттестации.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению *42.03.01 Реклама и связи с общественностью* и профилю подготовки *Реклама и связи с общественностью в коммерческой и производственной сфере*
Рабочую программу составил к.и.н., доцент Гусарова М.Е. _____

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры *ПМК*

протокол № 11 от 17.05.2021 года.

Заведующий кафедрой *ПМК* _____ *Гусарова М.Е.*

(Подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии факультета

протокол № 8 от 24.05.2021 года.

Председатель комиссии ФЭМ _____ *Терентьева И.В.*

(Подпись)

(Ф.И.О.)

Фонд оценочных материалов (средств) по дисциплине
Основы выставочной деятельности

1. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости
по дисциплине

Вопросы для устного опроса:

1. Международные экспозиции: исторический аспект.
2. Российские экспозиции: исторический аспект
3. Понятие регулирования выставочной деятельности в России.
4. Обзор нормативно-правовой базы в сфере выставочной деятельности.
5. Законодательное регулирование выставочно-ярмарочной деятельности в России
6. Выставки как ключевой инструмент маркетинга.
7. Основные принципы маркетинга в применении к выставочной деятельности.
8. Выставки и ярмарки.
9. Терминология выставочной деятельности.
10. Понятия Маркетинга выставочной деятельности.
11. Фазы выставочной деятельности.
12. Применение маркетинговых коммуникаций
13. Цель организации выставки.
14. Принятие решения об организации выставки.
15. Экономическая эффективность выставок
16. Цели фирмы, участвующей в выставке.
17. Решение об участии в выставке.
18. Выбор выставки.
19. Оценка экономической отдачи от участия в выставке.
20. Заявка на участие в выставке
21. Составление бюджета выставки.
22. Калькулирование себестоимости выставки.
23. Бухгалтерский и налоговый учёт в выставочной деятельности.
24. Инструменты финансового контроля.
25. Управление затратами.
26. Оценка ожидаемой отдачи от состоявшейся выставки.
27. Понятие бюджетирования выставочного мероприятия.
28. Расходы кампании на участие в выставке.
29. Первичные учётные документы
30. Оценка площади стенда.
31. Учёт затрат и управления затратами.
32. Бухгалтерский и налоговый учёт в выставочной деятельности.
33. Планирование выставочного мероприятия.
34. Формы участия в выставке.
35. Выбор выставочной программы и маркетинговых технологий.
36. Выбор экспонатов.
37. Регистрация участника.
38. Тренинг персонала.
39. Техническое обеспечение
40. Работа на стенде.

Общее распределение баллов текущего контроля по видам учебных работ для студентов

Рейтинг-контроль 1	устный опрос	до 15 баллов
Рейтинг-контроль 2	устный опрос	до 30 баллов
Рейтинг-контроль 3	устный опрос, тест	до 55 баллов
Посещение занятий студентом		0
Дополнительные баллы (бонусы)		0
Выполнение семестрового плана самостоятельной работы		0

2. Промежуточная аттестация по дисциплине

Перечень вопросов к экзамену / зачету / зачету с оценкой.

Перечень практических задач / заданий к экзамену / зачету / зачету с оценкой (при наличии)

Итоговый тест

1. Где было дано определение международной ярмарки:
 - а) на Парижской выставке в 1928 г.
 - б) на Марсельском конгрессе в 1995 г.
 - в) на Дрезденской ярмарке в 1955 г.
2. К какой типологии относятся всемирные выставки:
 - а) по территориальному признаку
 - б) по значимости для экономики
 - в) по масштабу
3. Какой вид выставки здесь лишний:
 - а) торговые
 - б) потребительские
 - в) отраслевые
4. Торговая функция выставки проявляется:
 - а) в макроэкономической области
 - б) в социокультурной области
 - в) в деятельности сферы
5. Электронный путеводитель по выставке будет соответствовать уровню:
 - а) основного товара
 - б) дополнительного товара
 - в) ожидаемого товара
6. Какой из видов работ необходимо делать стендистам:
 - а) производить уборку стенда
 - б) вести учет контактов с посетителями
 - в) заниматься охраной стенда
7. После завершения выставки экспонент отправляет отчет о выставке:
 - а) клиентам, которые явились
 - б) клиентам, которые не явились
 - в) журналистам, которые не явились
8. Какие функциональные зоны должен иметь стенд:
 - а) презентационную зону, зона для переговоров, подсобные помещения
 - б) презентационную зону, подсобные помещения
 - в) стенд не делится на зоны
9. Какие из услуг могут предоставляться на стенде:
 - а) канцелярские

- б) рекламные
 - в) транспортные
10. Кто финансирует выпуск каталога выставки:
- а) полностью организаторы выставки
 - б) внесение данных оплачивается заказчиком, остальное - организаторы
 - в) полностью за счет экспонентов
11. Что из нижеперечисленного характерно для выставки:
- а) демонстрация товара всегда соединяется с его непосредственным сбытом
 - б) преимущественно выставляются образцы продукции
 - в) носит более утилитарный характер
12. Если число иностранных участников менее 10%, то это выставка:
- а) с международным участием
 - б) международная
 - в) межрегиональная
13. К ценообразовательным целям участия в выставке относят:
- а) улучшение условий платежа
 - б) расширение сети сбыта
 - в) демонстрация прототипов
14. Экспоненты – это:
- а) посетители выставки
 - б) организаторы выставки
 - в) участники выставки
15. Каким свойством обладает выставочный продукт для организаторов выставки:
- а) уникальностью
 - б) непостоянством
 - в) осязаемостью
16. После выставки благодарственное письмо направляется:
- а) клиентам, которые явились
 - б) журналистам, которые явились
 - в) верно все вышеперечисленное
17. Через какое время следует направлять потенциальному клиенту необходимую информацию:
- а) 48 часов
 - б) 36 часов
 - в) 72 часа
18. Соотношение на стенде презентационной площади к переговорной 60% к 40% соответствует:
- а) выставкам с ориентацией на информационную продукция
 - б) выставкам с ориентацией на товарную продукция
 - в) выставкам с ориентацией на консультации
19. Кто из персонала выставки может быть нанят для работы из местного населения:
- а) стендист
 - б) переводчик
 - в) ответственный за работу с прессой
20. Какие услуги предлагают организаторы выставки экспонентам:
- а) прокат мебели
 - б) уборка и охрана стенда
 - в) верно все вышеперечисленное

Методические материалы, характеризующие процедуры оценивания

Зачет по дисциплине выставляется по итогам рейтинг-контроля при условии выполнения требуемых заданий и написания теста. Минимальное количество баллов для получения зачета – 50, максимальное – 100.

Максимальная сумма баллов, набираемая студентом по дисциплине равна 100.

Оценка в баллах	Оценка по шкале	Обоснование	Уровень сформированности компетенций
Более 80	«Отлично»	Содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	Высокий уровень
66-80	«Хорошо»	Содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	Продвинутый уровень
50-65	«Удовлетворительно»	Содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки	Пороговый уровень
Менее 50	«Неудовлетворительно»	Содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки	Компетенции не сформированы

3. Задания в тестовой форме по дисциплине

Примеры заданий:

1. В каком году было подписано Соглашение о развитии выставочно-ярмарочной деятельности в Содружестве Независимых Государств?
2. В каких нормативных актах РФ затронуты не-которые вопросы выставочной деятельности:
 - а) Таможенный кодекс
 - б) ФЗ «Об экспортном контроле»

в) ФЗ «Об организации выставок»

3. Верно ли следующее высказывание: «в Российской Федерации не существует единого правового акта, регулирующего выставочно-ярмарочную деятельность»?

Полный перечень тестовых заданий с указанием правильных ответов, размещен в банке вопросов на информационно-образовательном портале института по ссылке <https://www.mivlgu.ru/iop/question/edit.php?courseid=705&category=4487%2C22669&qshowtext=0&qshowtext=1&recurse=0&recurse=1&showhidden=0>

Оценка рассчитывается как процент правильно выполненных тестовых заданий из их общего числа.