

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

« 29 » \_\_\_\_ 06 \_\_\_\_ 2021 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.03**

Менеджмент в конгрессно-выставочной деятельности

Учебный план: ФГОС3+\_2021-2022\_42.03.01\_ИБК\_ОО\_КВД №1-1-11.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки:  
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Конгрессно-выставочная деятельность  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоём- кость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
6	УП	17	34	57	36	4	Экзамен
	РПД	17	34	57	36	4	
Итого	УП	17	34	57	36	4	
	РПД	17	34	57	36	4	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

Старший преподаватель

\_\_\_\_\_

Кислицына Анастасия  
Алексеевна

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и связей с  
общественностью

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

Методический отдел: Макаренко С.В.

---

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** сформировать у обучающегося знания и навыки организации и управления выставочной деятельностью, принципы и методики разработки и реализации выставочных проектов.

**1.2 Задачи дисциплины:**

раскрыть теоретические аспекты организации и управления конгрессно-выставочной деятельностью; рассмотреть различные типы конгрессно-выставочных мероприятий и проектов, раскрыть специфику их организации и проведения;

раскрыть нормативно-правовую базу и ресурсное обеспечение конгрессно-выставочных мероприятий различного типа.

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Документационное обеспечение выставочной деятельности

История выставочной деятельности

Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>ПК-4: Способен разрабатывать концепцию и бизнес-план (развернутый и экспресс-вариант) организации проекта торгово-промышленной выставки</b>
<b>Знать:</b> Основы менеджмента выставочной индустрии и специфику использования информационно-коммуникационных технологий в управлении коммуникациями
<b>Уметь:</b> Выявлять и отбирать лучшие управленческие практики в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
<b>Владеть:</b> навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий в управлении внешними и внутренними коммуникациями и мероприятиями в профессиональной деятельности.

### 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Теоретические аспекты управления выставочной деятельностью	6					О
Тема 1. История развития выставочно-ярмарочной и конгрессно-выставочной деятельности. Практическое занятие: Мировые тенденции развития выставочной деятельности.		2	4	6	ГД	
Тема 2. Типология выставок, базовые свойства выставочных услуг в сфере культуры Практическое занятие: Понятие выставочного бренда.		2	4	6		
Раздел 2. Организация работы выставочного предприятия						Пр,О
Тема 3. Сущность и специфика менеджмента выставочной деятельности. Практическое занятие: Организация выставочного пространства.		4	6	10	ГД	
Тема 4. Программа выставки: технологии, методики и принципы разработки программы и отбора выставок. Практическое занятие: Организация работы выставочного персонала.		2	8	14	ГД	
Тема 5. Технологии продвижения выставочного продукта и предприятия. Практическое занятие: Выставочный маркетинг. Реклама выставочного проекта.		2	6	12		
Раздел 3. Оценка эффективности конгрессно-выставочной деятельности предприятия						О
Тема 6. Оценка качества общих, административных, рекламно-информационных и технических услуг на выставке. Практическое занятие: Методы оценки эффективности участия в выставке.		2	3	4	АС	
Тема 7. Экономическая эффективность выставочного проекта. Практическое занятие: Оценка сметы выставочного проекта. Критерии оценки коммерческой эффективности выставочного проекта.		3	3	5		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	34	57		
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5		33,5		
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		53,5		90,5		

### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

#### 5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-4	<p>характеризует основы и специфику управления конгрессно-выставочным предприятием, выставочными мероприятиями, посредством использования информационно-коммуникационных технологий.</p> <p>Использует наиболее эффективные приемы и практики управления предприятием, оценивает эффективность управленческих решений;</p> <p>Применяет современные технологии в управлении коммуникационной политикой конгрессно-выставочного предприятия, используя информационно-коммуникационные технологии.</p>	<p>Вопросы для устного собеседования</p> <p>Практико-ориентированное задание</p>

#### 5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Обучающийся дает полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Демонстрирует критический, оригинальный подход к изученному материалу. Иллюстрирует ответ практическими примерами.	Не предусмотрена
4 (хорошо)	Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Обучающийся допускает незначительные неточности в ответе, либо затрудняется привести практический пример по тематике вопроса.	Не предусмотрена
3 (удовлетворительно)	Обучающийся воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует общее понимание предмета, без углубления в детали. В ответе присутствуют существенные ошибки, обучающийся затрудняется привести практический пример по тематике вопроса.	Не предусмотрена
2 (неудовлетворительно)	Обучающийся не способен ответить на вопрос без помощи экзаменатора, либо обучающийся не понимает сути вопроса. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Обучающийся не способен сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Ответ обучающегося содержит многочисленные грубые ошибки.	Не предусмотрена

### 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

#### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
-------	-----------------------

Семестр 6	
1	Мировые тенденции развития выставочно-ярмарочной деятельности
2	Характеристика крупнейших центров выставочной деятельности г. Москвы и г. Санкт-Петербурга.
3	Характеристика уровней выставочной активности предприятий различных отраслей.
4	Характеристика международной нормативно-правовой базы выставочно-ярмарочной деятельности.
5	Сущность и специфика менеджмента выставок и презентаций.
6	Выставки и презентации как компонент культурной жизни, объект управления и самоуправления.
7	Модели управления выставочной деятельностью.
8	Маркетинговое проектирование выставок и презентаций.
9	Стратегическое планирование в выставочной деятельности.
10	Базовые свойства выставочного продукта.
11	Маркетинговая среда выставочной организации.
12	Материально-техническая база выставок.
13	Характеристика организаторов выставочно-ярмарочных мероприятий
14	Характеристика поставщиков выставочных услуг.
15	Подготовка кадров для выставочной деятельности.
16	Государственное регулирование и координация в области выставочной деятельности.
17	Координация работы выставок через профессиональные ассоциации.
18	Позиционирование выставок по отношению к их тематическим, географическим и временным измерениям
19	Понятие выставочного бренда.
20	Управление маркетинговыми коммуникациями на выставке
21	Обеспечение безопасности посетителей и экспонатов выставки.
22	Международный маркетинг выставочных проектов.
23	Презентации и специальные проекты выставки.
24	Обеспечение общих, административных, рекламно-информационных и технических услуг на выставке.
25	Психология и этика деловых отношений на выставке.
26	Международные требования к номенклатуре и качеству выставочных услуг
27	Выставочное дело как коммуникативный инструмент и канал продвижения компании на рынке.
28	Смета выставочного проекта.
29	Специфика организации деловой программы на выставке.
30	Управление процессом интегрированных маркетинговых коммуникаций выставочного проекта.
31	Этапы развития выставочно-ярмарочной деятельности в мире
32	История развития выставочно-ярмарочной деятельности в России
33	Планирование экспозиции и строительство стендов
34	Функциональное зонирование выставочного пространства
35	Способы участия в выставке: характеристика, методики отбора
36	Характеристика выставочных PR-мероприятий
37	Информационная поддержка выставки
38	Метод оценки эффективности участия в выставке
39	Экономический анализ выставочного участия
40	Особенности бюджетирования выставочного проекта
41	Интернет в продвижении и реализации выставочного проекта
42	Специальные мероприятия в выставочном проекте
43	Факторы партнерского участия СМИ в выставке и формы партнерства со СМИ
44	Управление выставочным продуктом.
45	Спонсорство на выставке
46	Специфика взаимодействия посетителя выставки и стендиста.
47	Характеристика основных видов планировки экспозиции и принципов зонирования выставочного пространства
48	Информационная политика предприятия на выставке

## 5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

## 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Ваша организация приняла решение участвовать в выставке. Проанализируйте и проведите работу в соответствии с нижеперечисленными пунктами:

1. Характеристика выставки – название выставки
2. Классификация выставки
3. Цель выставки
4. Тематические разделы выставки
5. Характеристика компании и ее особенности
6. Анализ конкурентоспособности компании на выставке (SWOT-анализ)
7. Критерии выбора выставки
8. Цели и задачи участия компании в выставке (не менее 3-х целей и 5 задач к каждой цели)
9. Характеристика целевой аудитории
10. Описание товара/услуги

## 5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

### 5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная  Письменная  Компьютерное тестирование  Иная

### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

На подготовку к ответу обучающемуся дается 30 минут.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				
Мальшина, Н. А.	Менеджмент в сервисе	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/83144.html">http://www.iprbookshop.ru/83144.html</a>
Докашенко, Л. В.	Экономика и организация конгрессно-выставочной деятельности	Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ	2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/54176.html">http://www.iprbookshop.ru/54176.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Гаврилюк Д. А.	Экспозиционное оборудование	СПб.: СПбГУПТД	2015	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3029">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3029</a>
Гребеникова Л. А.	Организация экспозиционных пространств	СПб.: СПбГУПТД	2017	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017108">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017108</a>
Алексеев, А.	К выставке готов! Экспотренинг	Москва: Альпина Паблишер	2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/82602.html">http://www.iprbookshop.ru/82602.html</a>

### 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>  
Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>

### 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional  
Microsoft Windows

**6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска