

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«29» июня 2021 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.ДВ.03.01** Сервисное обслуживание 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.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
7	УП	34	34	76	36	5	Экзамен
	РПД	34	34	76	36	5	
Итого	УП	34	34	76	36	5	
	РПД	34	34	76	36	5	

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 в области сервисного обслуживания и обеспечения конгрессно-выставочной деятельности

**1.2 Задачи дисциплины:**

рассмотреть теоретические аспекты сервисного обслуживания конгрессно-выставочной деятельности; охарактеризовать различные типы конгрессно-выставочных мероприятий и раскрыть специфику их организации и проведения, а так же подготовки к участию в данных мероприятиях; рассмотреть особенности поиска и привлечения партнеров по рекламе, транспортно-экспедиторской деятельности, организации деловой и культурной программ, и тд.

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

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

Производственная практика (профессионально-творческая практика (в том числе проектная практика))

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ПК-2: Способен проводить исследования спроса в области конгрессно-выставочной деятельности в информационно-коммуникационной сети "Интернет"**

**Знать:** основные техники и технологии организации специальных мероприятий и специфику информационно-коммуникационных технологий в работе с различными целевыми группами

**Уметь:** применять современные информационно-коммуникационные технологии и программные продукты в рамках сбора, обработки и анализа информации о мероприятии, экспонентах, деловой программе; принимать управленческие решения по формированию программы и перечня услуг оказываемых в рамках конгрессно-выставочного мероприятия.

**Владеть:** навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий в планировании и организации сервисного обеспечения коммуникационного поля в ходе осуществления выставочной 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. Организация участия предприятий в российских и международных выставках.						О,Пр
Тема 1. Обзор рынка выставок, ярмарок и салонов РФ и мира. Классификация выставочных мероприятий. Практическое занятие: Подготовка участия компании в выставке. Стратегическое планирование. Этапы.		4	4	6		
Тема 2. Организация работы на выставке. Управления работой персонала на выставке. Практическое занятие: Разработка и подготовка выставочного оборудования. Выставочные стенды.		4	4	6	ГД	
Тема 3. Организация пресс- и PR-поддержки участия компании в выставке. Практическое занятие: Оценка коммуникационной эффективности выставочного проекта.		4	4	6	АС	
Раздел 2. Организация работы конгрессно- выставочного центра.	7					О,Пр
Тема 4. Техника и технология застройки выставочного пространства. Практическое занятие: Эффективное зонирование выставочного пространства		2	2	6		
Тема 5. Построение сценария конгрессно-выставочного мероприятия. Практическое занятие: Организация деловой программы выставки.		2	2	6	ГД	
Тема 6. Сервисное обслуживание мероприятия. Практическое занятие: Методики и принципы отбора партнеров выставочного проекта		2	2	6		
Раздел 3. Информационное обеспечение и поддержка конгрессно-выставочных проектов						О,Пр
Тема 7. Организация взаимодействия участников и организаторов выставочного мероприятия. Практическое занятие: Форма организации сотрудничества в рамках выставочного проекта.		4	4	10	АС	
Тема 8. Составление портфолио поставщиков и партнеров. Практическое занятие: Технологии представления компании прессе и работе с прессой на мероприятии.		4	2	10	РИ	
Тема 9. Этапы подготовки к выставке. Портфолио экспонента и выставки. Практическое занятие: Сценарий открытия и закрытия конгрессно-выставочного мероприятия.		4	4	6		

Раздел 4. Тенденции рынка услуг в области конгрессно-выставочной деятельности					
Тема 10. Экономический потенциал сервисных услуг в конгрессно-выставочной деятельности. Практическое занятие: Разработка сервисного пакета выставочного мероприятия.	2	4	7	ГД	О,Пр
Тема 11. Тенденции и перспективы развития сервиса конгрессно-выставочных мероприятий. Практическое занятие: Мировые и региональные рынки сервисных услуг отрасли: MICE в России и в мире.	2	2	7		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	34	34	76		
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)	2,5		33,5		
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>	70,5		109,5		

#### 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-2	Характеризует основы подготовки и организации сопровождения конгрессно-выставочных мероприятий с применением информационно-коммуникационных технологий; применяет современные информационно-коммуникационные технологии и программные продукты сбора, обработки и анализа данных в рамках сервисного обеспечения и сопровождения конгрессно-выставочного мероприятия; составляет план организации сервисного обеспечения работы экспонентов, участников и организаторов конгрессно-выставочных мероприятий, используя современные информационно-коммуникационные технологии.	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированное задание Практико-ориентированное задание

##### 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	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	Не предусмотрена

	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.	
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 7	
1	Типы выставочных мероприятий и проведение деловых мероприятий.
2	Этапы становления и развития ярмарок и выставок.
3	Сущность основных направлений развития выставочной деятельности РФ.
4	Понятие, цели и задачи ярмарок и выставок.
5	Классификация ярмарок и выставок
6	Основных этапы подготовки фирмы к работе на выставке. Составление программы деловых мероприятий, презентаций, встреч.
7	Предварительная оценка перспектив участия; выбор выставки для участия.
8	Технология подготовки участия фирмы в выставке.
9	Концепция участия фирмы в выставке.
10	Информационная поддержка выставочной деятельности экспонента. Организация специальных мероприятий для прессы.
11	Специальное профессиональное оборудование на стенде.
12	Концепция и технологии представления продукции на стенде.
13	Технология работы консультанта выставочного стенда.
14	Управление рисками выставочной деятельности.
15	Финансовые итоги выставки. Экономическая эффективность выставочной деятельности.
16	Выставочная деятельность как коммуникационное средство рекламного воздействия.
17	Информационно-рекламная часть выставки; представительская и протокольная часть.
18	Выбор и привлечение организаций, предприятий, фирм по предоставлению услуг.
19	Дизайн и художественное оформление выставочного стенда.
20	Рекламное сопровождение в период подготовки выставки: разработка медиаплана, изготовление рекламных материалов, размещение рекламы в СМИ, оценка эффективности рекламной кампании.
21	Информационное сопровождение в период выставки: организация прессконференций, брифингов, круглых столов; организация интервью с представителями компании; написание статей и размещение в СМИ; проведение маркетинговых исследований на выставке, проведение промо-акций: лотерей, фестивалей, конкурсов.
22	Особенности информационных материалов выставки в периодической печати, на телевидении и радиовещании. Разновидности информационных материалов конгрессно-выставочного проекта.
23	Синергизм как определяющий фактор успеха выставочных мероприятий в различных сферах.
24	Минимальный перечень услуг для международного выставочного мероприятия, предоставляемых экспонентам организаторами выставок (UFI).
25	Комплексная характеристика базовых выставочных центров России
26	Анализ конкурентоспособности компании-партнера выставочного проекта

27	Государственная политика в сфере конгрессно-выставочной деятельности в России и мире
28	Методологические подходы к организационному процессу подготовки и участия в КВМ
29	Цели и задачи сопровождения выставочной деятельности конгрессами, конференциями.
30	Подготовка участников к работе в конгрессно-выставочных мероприятиях.
31	Особенности участия в конгрессно-выставочных мероприятиях и в послевыставочный период.
32	Методики взаимодействия с офисом организатора торговопромышленной выставки
33	Аутсорсинг и аутстаффинг в конгрессно-выставочной деятельности
34	Работа с персоналом выставки.
35	Бюджетирование выставочной деятельности. Учет и управление затратами при участии в выставочной деятельности
36	Работа с журналистами и репортерами. Пресс-конференция – технологии и их роль в выставочной деятельности.
37	Сервисное обслуживание различных видов конгрессно-выставочных мероприятий
38	Основные этапы подготовки к проведению конгрессно-выставочного мероприятия.
39	Функциональные обязанности сервисного менеджера в конгрессно-выставочной деятельности
40	Программа коммуникаций и место выставки в жизненном цикле продукта.
41	Прямой маркетинг в организации выставочной деятельности
42	Работа с профессиональными и общественными отраслевыми объединениями

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

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

Необходимо самостоятельно разработать «Портфолио экспонента» согласно заданной тематике выставочного проекта (по выбору студента). Портфолио должно содержать следующие обязательные элементы:

1. Тематика выставочного проекта (описание, специфика)
2. Перечень схожих выставочных проектов (сравнительная характеристика, SWOT-анализ)
3. Предполагаемые информационные поводы (сформулировать 2-3 варианта)
4. Описание концепции участия в проекте
5. Описание продукта, продвигаемого на выставке.
6. Перечень возможных партнеров выставочного проекта с обоснованием выбора.
6. Методики оценки качества и эффективности выставочного проекта.

## 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

Обучающемуся дается 30 минут на подготовку к ответу.

## 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>				
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>
Безрутенко, Ю. В.	Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/75219.html">http://www.iprbookshop.ru/75219.html</a>
Васильев, Г. А., Деева, Е. М.	Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/71172.html">http://www.iprbookshop.ru/71172.html</a>

<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Семиглазов, В. А.	Организация и планирование деятельности предприятий сервиса	Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники	2016	<a href="http://www.iprbookshop.ru/72148.html">http://www.iprbookshop.ru/72148.html</a>
Мальшина, Н. А., Ермакова, Н. И.	Сервисология: потребности человека	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/83145.html">http://www.iprbookshop.ru/83145.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