

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«30» 06 2020 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.07

Конгрессно-выставочная деятельность

Учебный план: ФГОС3+_2020-2021_42.03.01_ВШПМ_ОЗО_PR_ в медиаиндустрии.plx

Кафедра: **38** Рекламы

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

Профиль подготовки: PR в медиаиндустрии
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очно-заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
5	УП	17	17	73,75	0,25	3	Зачет
	РПД	17	17	73,75	0,25	3	
Итого	УП	17	17	73,75	0,25	3	
	РПД	17	17	73,75	0,25	3	

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):

кандидат филологических наук, Доцент

Ларина Анна Валерьевна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы

Смирнов Алексей
Викторович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Смирнов Алексей
Викторович

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: ознакомить обучающихся со спецификой организации и проведения конгрессно-выставочных мероприятий, сформировать практические навыки подготовки участия компании в выставках, ярмарках, фестивалях, конгрессах, форумах и др.

1.2 Задачи дисциплины:

- исследовать рынок экспозиционного бизнеса в России и мире;
- изучить виды и функции конгрессно-выставочных мероприятий в системе маркетинговых коммуникаций предприятия;
- освоить методы организации и подготовки к конгрессно-выставочным мероприятиям;
- исследовать виды выставочного оборудования и способы информирования об участии компании в выставочном мероприятии;
- понимать методы определения эффективности выставочных мероприятий как инструмента взаимодействия компании с потребителями и другими рыночными сегментами.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

- Теория и практика рекламы
- Технологии формирования имиджа организации

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПКо-1 : Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов, мероприятий
Знать: принципы подготовки, реализации и оценки эффективности конгрессно-выставочной деятельности предприятия;
Уметь: исследовать рынок конгрессно-выставочных услуг;
Владеть: навыками организации и оценки эффективности выставочных мероприятий.

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. Конгрессно-выставочная деятельность в России	5					
Тема 1. История развития экспозиции и современное состояние. 1. Рождение экспозиционных приемов. Древние ритуалы. Торговые Ярмарки. 2. Всемирные выставки XIX в. 3. Развитие отечественных выставочных коммуникаций в XX веке. Послевоенные выставки. 4. Представительство СССР на всемирных выставках. 5. Формирование российского рынка выставочных услуг в к. XX века. 6. Терминология выставочной деятельности. 7. Современная концепция выставок, ярмарок в России. 8. Классификация выставочных мероприятий. Эффективность выставочной деятельности. 9. Выставочная деятельность как коммуникативное средство. 10. Организация выставочной деятельности в Санкт-Петербурге и ЛО.		4	4	15		Т,Д

<p>Тема 2. Структура рынка конгрессно-выставочных услуг.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выставочные площадки. 2. Организаторы выставок. 3. Застройщики экспозиций. 4. Специфика профессии дизайнера-экспозиционера. 5. Информационное обеспечение рынка выставочных услуг. 	2	2	10		
<p>Тема 3. Подготовка участия предприятия в выставке.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Цели участия компании в выставке, ярмарке, форуме и др. 2. Основные этапы подготовки фирмы к работе на выставке. 3. Предварительная оценка перспектив участия. 4. Критерии выбора выставочного мероприятия. 5. Технологии подготовки участия компании в выставке. 	2	2	10		
<p>Раздел 2. Особенности организации выставок в России</p>					Д

<p>Тема 4. Приемы организации выставочного пространства.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Виды экспозиционных пространств и пространственные компоненты. 2. Растровые комбинации как основа экспозиционных систем. 3. Планировочные схемы. Маршруты движения. Зоны недоступности. 4. Экспозиционные системы. Стационарные системы. Мобильные выставочные стенды. 5. Экспозиционные приемы. Экспонат и предметная аранжировка. Art-стенды. 6. Выставочная сценография. 7. Обзор зарубежных и российских производителей экспозиционных систем. <p><u>Сравнительная характеристика</u></p>	2	2	8		
<p>Тема 5. Разработка и подготовка выставочного стенда.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выбор расположения стенда. 2. Разработка конфигурации стенда. Тематический план экспозиции. 3. Оформление стенда рекламными элементами. 4. Информационное обеспечение стенда. 5. Техническое оснащение стенда. 6. Смета выставочного мероприятия. Основные статьи расходов. 7. Специальное профессиональное оборудование в практике современной экспозиции. 8. Производство презентационной и рекламной продукции в рамках выставки. 9. Документооборот в ходе подготовки участия компании в выставке. 	4	4	10		

Тема 6. Организация пресс и PR-поддержки участия в выставке. 1. Презентация товара на выставке. 2. Методы привлечения внимания к стенду. 3. Визуальные средства привлечения внимания к стенду. 4. Организация мероприятий для прессы в рамках участия компании в выставке. 5. Функции персонала в процессе работы на выставке. 6. Выставка как информационный повод.		2	2	8		
Тема 7. Эффективность участия в выставке. 1. Методы оценки эффективности участия компании в выставочном мероприятии. 2. Технологии сбора и обработки данных, полученных в ходе выставки. 3. Финансовые итоги выставки.		1	1	12,75		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	17	73,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25				
Всего контактная работа и СР по дисциплине		34,25		73,75		

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
ПКо-1	- определяет специфику рынка выставочного бизнеса в России и мире; понимает функции, обязанности и профессиональные задачи специалиста по организации участия компании в выставочном мероприятии; - осуществляет все этапы выставочной деятельности компании; - оценивает финансовые и коммуникативные эффекты выставки.	Вопросы устного собеседования Тестовые задания Практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа

Зачтено	<p>Студент демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного и нормативного материала, умеет свободно выполнять задания, предусмотренные программой, показывает владение основной и дополнительной литературой, рекомендованной кафедрой.</p> <p>Студент демонстрирует полное знание учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе задания, владеет пониманием основной литературы, рекомендованной кафедрой, демонстрирует систематический характер знаний по дисциплине и способность к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.</p> <p>Студент показывает знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и в предстоящей работе по профессии, справляющихся с выполнением заданий, предусмотренных программой, но допустившим погрешности в ответе и при выполнении контрольных заданий, не носящие принципиального характера, когда установлено, что студент обладает необходимыми знаниями для последующего устранения указанных погрешностей под руководством преподавателя.</p>	
Не зачтено	<p>Студент демонстрирует пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Ответ носит несистематизированный, отрывочный, поверхностный характер, когда студент не понимает существа излагаемых им вопросов, что свидетельствует о том, что студент не может дальше продолжать обучение или приступить к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.</p>	

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 5	
1	Финансовые и коммуникативные итоги выставки.
2	Технологии сбора и обработки данных, полученных в ходе выставки.
3	Методы оценки эффективности участия компании в выставочном мероприятии.
4	Выставка как информационный повод.
5	Функции персонала в процессе работы на выставке.
6	Организация мероприятий для прессы в рамках участия компании в выставке.
7	Визуальные средства привлечения внимания к стенду.
8	Презентация товара на выставке. Методы привлечения внимания к стенду.
9	Документооборот в ходе подготовки участия компании в выставке.
10	Производство презентационной и рекламной продукции в рамках выставки.
11	Специальное профессиональное оборудование в практике современной экспозиции.

12	Смета выставочного мероприятия. Основные статьи расходов.
13	Информационное обеспечение стенда.
14	Оформление стенда рекламными элементами. Техническое оснащение стенда.
15	Выбор расположения стенда. Разработка конфигурации стенда. Тематический план экспозиции.
16	Обзор зарубежных и российских производителей экспозиционных систем. Сравнительная характеристика.
17	Выставочная сценография.
18	Экспозиционные приемы. Экспонат и предметная аранжировка. Art-стенды.
19	Экспозиционные системы. Стационарные системы. Мобильные выставочные стенды.
20	Планировочные схемы. Маршруты движения. Зоны недоступности.
21	Растровые комбинации как основа экспозиционных систем.
22	Виды экспозиционных пространств и пространственные компоненты.
23	Технологии подготовки участия компании в выставке.
24	Предварительная оценка перспектив участия. Критерии выбора выставочного мероприятия.
25	Основные этапы подготовки фирмы к работе на выставке.
26	Цели участия компании в выставке, ярмарке, форуме и др.
27	Информационное обеспечение рынка выставочных услуг.
28	Специфика профессии дизайнера-экспозиционера.
29	Выставочные площадки. Организаторы выставок. Застройщики экспозиций.
30	Организация выставочной деятельности в Санкт-Петербурге и ЛО.
31	Выставочная деятельность как коммуникативное средство.
32	Классификация выставочных мероприятий. Эффективность выставочной деятельности.
33	Формирование российского рынка выставочных услуг в к. XX века. Современная концепция выставок, ярмарок в России.
34	Развитие отечественных выставочных коммуникаций в XX веке. Послевоенные выставки. Представительство СССР на всемирных выставках.
35	Рождение экспозиционных приемов. Древние ритуалы. Торговые Ярмарки. Всемирные выставки XIX в.

5.2.2 Типовые тестовые задания

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Охарактеризуйте этапы подготовки к выставке (на примере любого выставочного мероприятия в регионе).

- Цели и задачи организаторов, экспонентов;
- Предварительные исследования;
- Креативные идеи;
- Составление плана работ;
- Застройка выставочного пространства;
- Вопросы подбора организации персонала выставки;
- Риск-менеджмент проекта;
- Продвижение выставки;
- Методы продаж выставочных модулей;
- Финансовое управление выставкой.

2. Портфолио выставки

Самостоятельно разработать выставочный проект (по выбору студента) и оформить его в виде портфолио мероприятия.

Результаты предоставляются в виде презентации.

3. Портфолио экспонента

Самостоятельно разработать проект участия предприятия в выставке (по выбору студента) и оформить его в виде портфолио мероприятия. Результаты предоставляются в виде презентации.

4. Обоснуйте необходимость участия компании (на выбор студента) в выставке и выбрать профильный вариант выставки для предприятия (по вариантам).

5. Сформулируйте правила поведения сотрудников на выставке. Провести анкетирование по результатам обслуживания.

6. Разработайте программу мероприятий для СМИ в рамках выставки.

7. Обоснуйте финансовую и экономическую эффективность участия предприятия в выставке.

8. Составьте базу подрядчиков региона (на выбор студента) по участию предприятия на выставке.

9. Проведите обзор организаторов промышленных выставок в странах СНГ.

10. Проведите обзор крупнейших выставочных площадок стран Европы.

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

Зачет в устной форме.

Время на подготовку к ответу - 30 минут.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Алексеев, А.	К выставке готов! Экспотренинг	Москва: Альпина Паблишер	2018	http://www.iprbookshop.ru/82602.html
Захарова Ю. А.	Стратегии продвижения товаров	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/83137.html

Стровский, Л. Е., Фролова, Е. Д., Стровский, Д. Л., Осинцев, Ю. В., Демченко, Е. А., Кривых, И. С., Фролов, А. А., Стровского, Л. Е.	Основы выставочно-ярмарочной деятельности	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/81813.html
---	---	--------------------	------	---

6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Романцов, А. Н.	Event-маркетинг. Сущность и особенности организации	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2017	http://www.iprbookshop.ru/57071.html
Эриашвили, Н. Д., Коротков, А. В., Синяева, И. М., Болдырева, Т. В., Замедлина, Е. А., Маслова, В. М., Соскин, Я. Г., Коротков, А. В., Синяева, И. М.	Управление маркетингом	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/71205.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс].

URL: <https://www.restko.ru/>

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс].

URL: <http://www.iprbookshop.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
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска