

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«30» июня 2020 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.04.01 Стратегическое планирование в выставочной деятельности

Учебный план: ФГОС3+_2020-2021_42.03.01_ИБК_ЗАО_КВД.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: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
4	УП	4		32		1	
	РПД	4		32		1	
5	УП	4	4	96	4	3	Зачет
	РПД	4	4	96	4	3	
Итого	УП	8	4	128	4	4	
	РПД	8	4	128	4	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: является формирование у обучающихся системы знаний основ методологии планирования выставочной деятельности; развитие навыков формирования, на основе принципов стратегического планирования, программ выставочной деятельности различных предприятий.

1.2 Задачи дисциплины:

раскрыть методы и принципы стратегического планирования в выставочном деле;
описать подходы и существующие модели планирования и прогнозирования выставочной деятельности;
определить тенденции и особенности в планировании выставочной деятельности;
рассмотреть направления оптимизации системы текущего и перспективного планирования в выставочном деле;
определить основы и перспективы стратегического планирования выставочной деятельности на различных уровнях.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

MICE-индустрия

Конгрессно-выставочная деятельность

Мировые музеи

Презентация выставочного продукта

Выставочная деятельность музеев и обеспечение культурного наследия

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

Проектирование выставочной экспозиции

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

Производственная практика (профессионально-творческая практика)

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПКп-2 : Способен проектировать медиа и коммуникационный продукт и участвовать в его продвижении с помощью различных каналов коммуникации
Знать: теоретические основы, современную методологию, типовые алгоритмы и практические особенности стратегического планирования выставочной деятельности.
Уметь: использовать современные инструменты проектирования и реализации стратегий продвижения выставочных мероприятий, оптимизировать выставочную деятельность.
Владеть: навыками аудита, анализа и обоснования решений в области стратегического планирования 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
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Содержание и принципы стратегического планирования.	4				
Тема 1. Теоретические основы стратегического планирования. Характеристика форм стратегического планирования.		2		16	ИЛ
Тема 2. Основы методологии стратегического планирования и информационное обеспечение Целеполагание как базовый элемент логики стратегического планирования.		2		16	ИЛ
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32	
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0			
Раздел 2. Организация внутрифирменного стратегического планирования. Классификация прогнозов и программ.	5				
Тема 3. Количественные и качественные показатели, их сопоставимость в планировании. Прогнозирование как процесс разработки прогнозов. Практическое занятие: Методы стратегического планирования		1	1	20	ГД
Тема 4. Основные этапы разработки стратегии выставочного предприятия. Практическое занятие: Разработка стратегии продвижения выставочного предприятия.		1	1	15	ГД
Раздел 3. Стратегический менеджмент в системе управления выставочным бизнесом					
Тема 5. Стратегия выставочной организации Практическое занятие: Анализ исследований внешней и внутренней среды выставочного предприятия.		1	1	16	
Тема 6. Цели, миссия и видение выставочной организации. Практическое занятие: Виды стратегий выставочных организаций			1	16	ГД
Тема 7. Стратегический контроллинг выставочной организации		1		29	ГД
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	4	96	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25				
Всего контактная работа и СР по дисциплине		12,25	128		

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
ПКп-2	<p>Характеризует теоретические аспекты стратегического планирования выставочной деятельности.</p> <p>Применяет технологии и инструментарий разработки и внедрения стратегий планирования выставочной деятельности.</p> <p>Проводит аудит конгрессного предприятия, разрабатывает и внедряет решения в области стратегического планирования выставочной деятельности.</p>	<p>Вопросы для устного собеседования.</p> <p>Практико-ориентированное задание.</p> <p>Практико-ориентированное задание.</p>

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Обучающийся дает развернутый ответ на поставленный вопрос, демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и практических занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает в достаточной степени аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует логичность и последовательность ответа.	Не предусмотрена
Не зачтено	<p>Ответ обучающегося содержит ряд существенных ошибок и/или неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличается поверхностным раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов.</p> <p>Обучающийся не способен давать аргументированные ответы, слабо владеет монологической речью, в ответе отсутствует логичность и последовательность. Выводы поверхностны. Т.е обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</p>	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
Курс 5	
1	Роль и значение выставок в рыночных условиях.
2	Классификация выставок по территориальному и тематическому признакам
3	Специализированные выставки. Роль выставок в организации коммерческой деятельности.
4	Выставка, как мероприятие интенсификации сбыта продукции.
5	Цели участия респондента в выставке.
6	Выставка как потенциальная возможность комплексного и высококонцентрированного воздействия на потребителя.
7	Связь выставки с задачами маркетинга.
8	Выставка как инструмент выявления возможностей конкурентов.
9	Принятие решения о ведении выставочной деятельности на стратегическом и тактическом уровне.
10	Определение целесообразности участия организации в выставке.
11	Этапы выбора алгоритма оптимальной выставки.

12	План деятельности экспонента на выставке.
13	Экономические и имиджевые цели участия организации в выставке.
14	ИМК как уникальный коммуникационный потенциал.
15	Дополнительная информация для участия в выставке: «сетка» застройки павильона, список «околовыставочных» мероприятий (семинары, презентации, круглые столы), программа рекламной кампании выставки и список СМИ.
16	Составляющие эффективности экспозиции.
17	Формирование бюджета участия в выставке.
18	Эффективность выставочной деятельности организации.
19	Методы количественной оценки эффективности участия в выставке.
20	Выставка как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций.
21	Стратегическое планирование как функция стратегического управления.
22	Стратегическое планирование на предприятии и последовательность этапов его проведения.
23	Миссия и цели конгрессно-выставочного предприятия.
24	Экономические факторы влияния внешней среды на развитие КВ - предприятия
25	Политические факторы влияния внешней среды на развитие КВ-предприятия
26	Рыночные факторы влияния внешней среды на развитие КВ-предприятия.
27	Технологические факторы влияния внешней среды на развитие КВ-предприятия.
28	Внеэкономические факторы влияния на развитие КВ-предприятия
29	Конкурентные факторы влияния внешней среды на развитие КВ-предприятия.
30	Социальные факторы влияния внешней среды на развитие КВ-предприятия.
31	Повышение эффективности деятельности предприятия на основе маркетинговых исследований
32	Стратегические альтернативы развития предприятия
33	Выбор стратегии развития предприятия. Механизм оценки его хозяйственной деятельности: портфельный анализ и двухмерные матрицы, матрица BCG.
34	Стратегическое планирование на макроуровне. Структура и схема реализации
35	Перспективное планирование инновационного развития в развивающихся и развитых странах
36	Мировой опыт организации Форсайта. Макроэкономические цели и задачи, решаемые с использованием метода Форсайта

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Кейс:

Было решено создать собственное конгрессно-выставочное предприятие N, так как выставки один и наиболее эффективных способов продвижения и всегда пользуется спросом. Руководство поставило перед собой цель: создать небольшую региональную организацию, обеспечивающую нужды города, в котором находится (город до 400 тыс. человек, Московская область). Все было тщательно подготовлено, сотрудники прошли обучение, были рассмотрены примеры более опытных московских бизнесменов и организована компания. Спланировано было все достаточно грамотно и бизнес начал вскоре приносить прибыль, появились постоянные клиенты, и все было относительно стабильно. Продолжалось это в течение двух лет, но вскоре рядом в городе появилось подразделение Московского конгрессно-выставочного бюро - большая корпорация с гораздо большим ассортиментом услуг в данной области и гибкими ценами. Спустя месяц компания N закрылась. Почему бизнес N прожил так недолго, ведь все шло хорошо?

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

В течении семестра выполняются контрольные работы.
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				
Костюченко, Т. Н., Ермакова, Н. Ю., Орел, Ю. В., Вайцеховская, С. С., Тельнова, Н. Н., Сидорова, Д. В., Черемных, М. Б.	Организация и планирование деятельности предприятий сервиса	Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, Секвойя	2017	http://www.iprbookshop.ru/76044.html
Смирнова, Е. В., Чекалина, М. А., Чмышенко, Е. В.	Стратегическое планирование на предприятии. Инструменты реализации	Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ	2016	http://www.iprbookshop.ru/69950.html
Ушакова, О. А., Иневатова, О. А., Дедеева, С. А.	Стратегическое планирование	Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ	2015	http://www.iprbookshop.ru/54161.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Мазилкина, Е. И.	Бизнес-планирование	Саратов: Вузовское образование	2017	http://www.iprbookshop.ru/63198.html
Стрелкова, Л. В., Макушева, Ю. А.	Внутрифирменное планирование	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/81752.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>
 Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <https://economy.gov.ru/>
 Информационный ресурс РБК [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/economics/>

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