

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«28 » июня 2022 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.03**

Менеджмент в конгрессно-выставочной деятельности

Учебный план: 2022-2023 42.03.01 ИБК КВД ЗАО №1-3-11.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: заочная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
3	УП	4	32		1	
	РПД	4	32		1	
4	УП	8	96	4	3	Экзамен
	РПД	8	96	4	3	
Итого	УП	4	128	4	4	
	РПД	4	8	128	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
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Теоретические аспекты управления выставочной деятельностью	3				
Тема 1. История развития выставочно-ярмарочной и конгрессно-выставочной деятельности. Мировые тенденции развития выставочной деятельности.		1		16	ГД
Тема 2. Типология выставок, базовые свойства выставочных услуг в сфере культуры Понятие выставочного бренда.		3		16	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32	
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0			
Раздел 2. Организация работы выставочного предприятия	4				
Тема 3. Сущность и специфика менеджмента выставочной деятельности. Организация выставочного пространства.				10	ГД
Тема 4. Программа выставки: технологии, методики и принципы разработки программы и отбора выставок. Практическое занятие: Организация работы выставочного персонала.			2	12	ГД
Тема 5. Технологии продвижения выставочного продукта и предприятия. Практическое занятие: Выставочный маркетинг. Реклама выставочного			2	24	
Раздел 3. Оценка эффективности конгрессно-выставочной деятельности предприятия					
Тема 6. Оценка качества общих, административных, рекламно-информационных и технических услуг на выставке. Практическое занятие: Методы оценки эффективности участия в выставке.			2	20	АС
Тема 7. Экономическая эффективность выставочного проекта. Практическое занятие: Оценка сметы выставочного проекта. Критерии оценки коммерческой эффективности выставочного проекта.			2	30	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		8	96		
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		0,25		3,75	
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		12,25		131,75	

### 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
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
-------	-----------------------

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

## 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