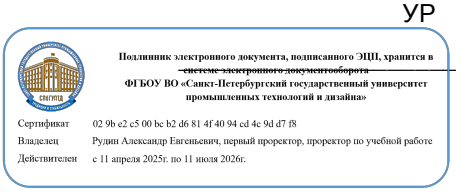
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по УР



А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.24 Организация конгрессно-выставочных мероприятий

Учебный план: 2024-2025 42.03.01 ВШПМ PR в медиаинд ЗАО №1-3-25.plx

Кафедра: 38 Рекламы

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

Профиль подготовки: (специализация) PR в медиаиндустрии

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				
2	УП	4	4	91	9	3	Зачет
	РПД	4	4	91	9	3	
Итого	УП	4	4	91	9	3	
	РПД	4	4	91	9	3	

Санкт-Петербург
2024

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России 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: сформировать компетенции обучающихся в области 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

Основы теории коммуникации

Введение в коммуникационные специальности

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
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
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Конгессно-выставочная деятельность в России	2				
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. Практическое занятие: Организация выставочной деятельности в Санкт-Петербурге и ЛО.		0,5	0,5	5	ИЛ
Тема 2. Структура рынка конгрессно-выставочных услуг. 1. Выставочные площадки. 2. Организаторы выставок. 3. Застройщики экспозиций. 4. Специфика профессии дизайнера-экспозиционера.		0,5		12	
Тема 3. Подготовка участия предприятия в выставке. 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. Практическое занятие: Технологии подготовки участия компании в выставке.		0,5	0,5	12	

Раздел 2. Принципы организации конгрессно-выставочных мероприятий и участия в них					
Тема 4. Приемы организации выставочного пространства. 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.		0,5		10	ИЛ
Тема 5. Разработка и подготовка выставочного стенда. 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. Практическое занятие: Документооборот в ходе подготовки участия компании в выставке.		0,5	0,5	10	
Тема 6. Эффективность участия в выставке или ярмарке. 1. Методы оценки эффективности участия компании в выставочном мероприятии. 2. Технологии сбора и обработки данных, полученных в ходе выставки. Практическое занятие: Финансовые итоги выставки.		0,5	1	9	
Раздел 3. Информационная работа на выставочном или ярмарочном мероприятия					
Тема 7. Рекламные инструменты на выставке 1. Спонсорство на выставке 2. Производство рекламных материалов для выставки и экспонента 3. Цели и задачи рекламы на выставке 4. Каналы рекламы на выставке Практическое занятие: Рекламные мероприятия на выставке.		0,5	0,5	10	ИЛ

Тема 8. 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. Практическое занятие: Выставка как информационный повод.		0,5	0,5	10	

Раздел 4. Организация конгрессов и форумов					
Тема 9. Конгрессная деятельность на выставке 1. Принципы организации конгрессной части выставки 2. Разработка программы конгресса 3. Работа с участниками конгресса Практическое занятие: Разработка плана конгрессный части выставки по - экологии города - недвижимости - нефтегазовой промышленности - пищевой промышленности - туризму			0,5	8	АС
Тема 10. Крупнейшие форумы и конгрессы в России 1. Работа "Росконгресса" 2. Общероссийские и региональные форумы 3. Дистанционные конгрессы и форумы 4. Анализ работы ПМЭФ				5	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	4	91	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		2,5			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		10,5		91	

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
ОПК-2	- раскрывает специфику рынка выставочного бизнеса в России и мире; излагает функции, обязанности и профессиональные задачи специалиста по организации участия компании в выставочном мероприятии; - осуществляет все этапы подготовки и реализации выставочной деятельности компании; - оценивает финансовые и коммуникативные эффекты выставки.	Вопросы устного собеседования. Практико-ориентированные задания.

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	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. 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. 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.	
Не зачтено	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 приступать к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	

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 2
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

не предусмотрены

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				
Андреева, И. В.	Технологии выставочной деятельности	Челябинск: Челябинский государственный институт культуры	2018	http://www.iprbookshop.ru/87204.html
Андреева, Я. А., Жигалова, Н. Г.	История выставочной деятельности	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна	2020	https://www.iprbookshop.ru/118383.html
Кочетова, Л. М.	История выставочно-ярмарочной деятельности	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/108229.html
6.1.2 Дополнительная 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

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