

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор  
по УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.О.24**

Организация конгрессно-выставочных мероприятий

Учебный план: 2025-2026 42.03.01 ВШПМ PR в медиаинд ОЗО №1-2-25.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: очно-заочная

### План учебного процесса

| Семестр<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа<br>обучающихся |                   | Сам.<br>работа | Контроль,<br>час. | Трудоё<br>мкость,<br>ЗЕТ | Форма<br>промежуточной<br>аттестации |       |
|---------------------------|----------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|--------------------------|--------------------------------------|-------|
|                           | Лекции                           | Практ.<br>занятия |                |                   |                          |                                      |       |
| 5                         | УП                               | 16                | 16             | 75,75             | 0,25                     | 3                                    | Зачет |
|                           | РПД                              | 16                | 16             | 75,75             | 0,25                     | 3                                    |       |
| Итого                     | УП                               | 16                | 16             | 75,75             | 0,25                     | 3                                    |       |
|                           | РПД                              | 16                | 16             | 75,75             | 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, 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<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа |               | СР<br>(часы) | Инновац.<br>формы<br>занятий | Форма<br>текущего<br>контроля |
|---|---------------------------|-------------------|---------------|--------------|------------------------------|-------------------------------|
|   |                           | Лек.<br>(часы)    | Пр.<br>(часы) |              |                              |                               |
| Раздел 1. История развития выставок и ярмарок в России и мире   |                           |                   |               |              |                              |                               |
| <p>Тема 1. История развития ярмарок и выставок в России и мире.</p> <p>Торговые ярмарки средних веков. Ярмарки на Руси. Первые промышленные выставки. Всемирные выставки. Отечественное выставочное и ярмарочное дело в XX веке.</p> <p>Практическое занятие:<br/>Россия и Санкт-Петербург на Всемирных выставках в Лондоне.<br/>Первые всероссийские выставки (до начала XX века).<br/>Первые провинциальные выставки в России.<br/>Советская выставка в Нью-Йорке.<br/>Американская национальная выставка промышленной продукции США в парке «Сокольники».<br/>История ВДНХ. Значение выставочных комплексов ВДНХ и «Экспоцентра» в развитии отечественного выставочного дела.<br/>История Центра международной торговли в Москве при ТПП СССР.</p> | 5                         | 3                 | 2             | 10           | ИЛ                           | Д                             |
| <p>Тема 2. Современная индустрия конгрессно-выставочных мероприятий в России и мире.</p> <p>Мировой рынок выставок, ярмарок и конгрессов. Инфраструктура отрасли в России. Классификация и функции конгрессно-выставочных мероприятий. Нормативно-правовая база конгрессно-выставочной деятельности</p> <p>Практическое занятие:<br/>Современные масштабные выставки (форумы).<br/>Выставочная деятельность в регионах России.</p>  |                           | 2                 | 2             | 8            |                              |                               |

|  |   |   |    |  |  |   |
|--|---|---|----|--|--|---|
| Раздел 2. Принципы организации и участия в конгрессно-выставочных мероприятиях   |   |   |    |  |  | Д |
| <p>Тема 3. Подготовка участия предприятия в выставке и приемы организации выставочного пространства.</p> <p>Цели и задачи участия в выставке, ярмарке, форуме и др.<br/>Основные этапы подготовки к работе на выставке.<br/>Предварительная оценка перспектив участия.<br/>Критерии выбора выставочного мероприятия.<br/>Виды экспозиционных пространств и пространственные компоненты.<br/>Планировочные схемы. Маршруты движения. Зоны недоступности.<br/>Экспозиционные системы и приемы.<br/>Эффективность участия в выставочном мероприятии.<br/>Технологии сбора и обработки данных, полученных в ходе выставки.<br/>Методы оценки эффективности проведения и участия в конгрессно-выставочном мероприятии.</p> <p>Практическое занятие:<br/>Технологии подготовки участия компании в выставке.<br/>Обзор зарубежных и российских производителей экспозиционных систем.<br/>Финансовые итоги и эффективность выставки для организатора и экспонента.</p> | 2 | 2 | 11 |  |  |   |
| <p>Тема 4. Разработка и подготовка выставочного стенда к работе.</p> <p>Выбор расположения стенда. Разработка конфигурации стенда. Тематический план экспозиции. Стационарные системы. Мобильные выставочные стенды. Арт-стенды. Выставочная сценография. Оформление стенда рекламными элементами. Информационное обеспечение стенда. Техническое оснащение стенда.<br/>Смета выставочного мероприятия. Основные статьи расходов. Специальное профессиональное оборудование в практике современной экспозиции. Производство презентационной и рекламной продукции в рамках выставки.</p> <p>Практическое занятие: Документооборот в ходе подготовки участия компании в выставке.</p>   | 2 | 3 | 12 |  |  |   |

|   |  |       |    |       |    |   |
|---|--|-------|----|-------|----|---|
| <p>Тема 5. Конгрессная деятельность на выставке.</p> <p>Принципы организации конгрессной части выставки.<br/>Разработка программы конгресса.<br/>Работа с участниками конгресса.</p> <p>Практическое занятие:<br/>Разработка плана конгрессной части выставки по выбранной тематике:<br/>- экологии города<br/>- недвижимости<br/>- нефтегазовой промышленности<br/>- пищевой промышленности<br/>- туризму</p> <p>Крупнейшие форумы и конгрессы в России:<br/>- мероприятия "Росконгресса"<br/>- общероссийские и региональные форумы<br/>- дистанционные конгрессы и форумы<br/>- анализ работы ПМЭФ</p> |  | 2     | 3  | 10    | АС |   |
| Раздел 3. Информационная работа на выставочном или ярмарочном мероприятии   |  |       |    |       |    |   |
| <p>Тема 6.</p> <p>Презентация товара на выставке.</p> <p>Методы привлечения внимания к товару на стенде.<br/>Визуальные средства привлечения внимания к товару на стенде.<br/>Функции персонала в процессе работы на выставке.</p> <p>Практическое занятие: Инновационные способы презентации товара на выставке</p>  |  | 3     | 2  | 10    |    | Д |
| <p>Тема 7. Рекламные и PR-инструменты на выставке.</p> <p>Цели и задачи рекламы на выставке.<br/>Каналы рекламы на выставке.<br/>Производство рекламных материалов для организатора выставки и экспонента.<br/>Организация пресс и PR-поддержки участия в выставке.<br/>Спонсорство на выставке.</p> <p>Практическое занятие:<br/>Рекламные мероприятия на выставке.<br/>Выставка как информационный повод.</p>   |  | 2     | 2  | 14,75 | ИЛ |   |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО)   |  | 16    | 16 | 75,75 |    |   |
| Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)   |  | 0,25  |    |       |    |   |
| <b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>   |  | 32,25 |    | 75,75 |    |   |

#### 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  |
|-----------------|--|---|
| ОПК-2           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- раскрывает специфику рынка выставочного бизнеса в России и мире; излагает функции, обязанности и профессиональные задачи специалиста по организации участия компании в выставочном мероприятии;</li> <li>- осуществляет все этапы подготовки и реализации выставочной деятельности компании;</li> <li>- оценивает финансовые и коммуникативные эффекты выставки.</li> </ul> | <p>Вопросы устного собеседования.<br/>Практико-ориентированные задания.</p> |

#### 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 приступать 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

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  |
|--|--|--|-------------|---|
| <b>6.1.1 Основная учебная литература</b>       |  |  |             |   |
| Кочетова, Л. М.                                | История выставочно-ярмарочной деятельности | Москва: Ай Пи Ар Медиа   | 2021        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/108229.html">http://www.iprbookshop.ru/108229.html</a>                                       |
| Пашковский С. В.                               | Организация выставочной деятельности       | Санкт-Петербург: СПбГУПТД  | 2023        | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2023234">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2023234</a> |
| <b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b> |  |  |             |   |
| Алгазина, Н. В.,<br>Козлова, Л. Н.             | Проектирование. Выставочное пространство   | Москва: Ай Пи Ар Медиа   | 2023        | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/128985.html">https://www.iprbooks.hop.ru/128985.html</a>                                   |
| Лазарев Д.                                     | Продающая презентация                      | Москва: Альпина Паблишер   | 2016        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/48596.html">http://www.iprbookshop.ru/48596.html</a>   |
| Андреева, Я. А.,<br>Жигалова, Н. Г.            | История выставочной деятельности           | Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна | 2020        | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/118383.html">https://www.iprbooks.hop.ru/118383.html</a>                                   |

|                  |  |  |      |   |
|------------------|--|--|------|---|
| Панфилова, А. П. | Презентации и переговоры в профессиональной деятельности | Санкт-Петербург:<br>Издательство РГПУ им.<br>А. И. Герцена | 2021 | <a href="https://www.iprbookshop.ru/131757.html">https://www.iprbookshop.ru/131757.html</a> |
|------------------|--|--|------|---|

### 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  |