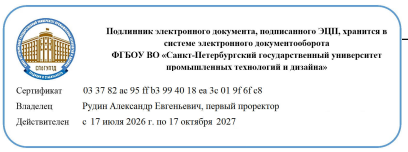
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по УР



__А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.24 Организация конгрессно-выставочных мероприятий

Учебный план: 2026-2027 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 (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. 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	

Санкт-Петербург
2026

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 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. История развития выставок и ярмарок в России и мире	5				Д
Тема 1. История развития ярмарок и выставок в России и мире. Торговые ярмарки средних веков. Ярмарки на Руси. Первые промышленные выставки. Всемирные выставки. Отечественное выставочное и ярмарочное дело в XX веке. Практическое занятие: Россия и Санкт-Петербург на Всемирных выставках в Лондоне. Первые всероссийские выставки (до начала XX века). Первые провинциальные выставки в России. Советская выставка в Нью-Йорке. Американская национальная выставка промышленной продукции США в парке «Сокольники». История ВДНХ. Значение выставочных комплексов ВДНХ и «Экспоцентра» в развитии отечественного выставочного дела. История Центра международной торговли в Москве при ТПП СССР.		3	2	10	
Тема 2. Современная индустрия конгрессно-выставочных мероприятий в России и мире. Мировой рынок выставок, ярмарок и конгрессов. Инфраструктура отрасли в России. Классификация и функции конгрессно-выставочных мероприятий. Нормативно-правовая база конгрессно-выставочной деятельности Практическое занятие: Современные масштабные выставки (форумы). Выставочная деятельность в регионах России.		2	2	8	

Раздел 2. Принципы организации и участия в конгрессно-выставочных мероприятиях					Д
Тема 3. Подготовка участия предприятия в выставке и приемы организации выставочного пространства. Цели и задачи участия в выставке, ярмарке, форуме и др. Основные этапы подготовки к работе на выставке. Предварительная оценка перспектив участия. Критерии выбора выставочного мероприятия. Виды экспозиционных пространств и пространственные компоненты. Планировочные схемы. Маршруты движения. Зоны недоступности. Экспозиционные системы и приемы. Эффективность участия в выставочном мероприятии. Технологии сбора и обработки данных, полученных в ходе выставки. Методы оценки эффективности проведения и участия в конгрессно-выставочном мероприятии. Практическое занятие: Технологии подготовки участия компании в выставке. Обзор зарубежных и российских производителей экспозиционных систем. Финансовые итоги и эффективность выставки для организатора и экспонента.		2	2	11	
Тема 4. Разработка и подготовка выставочного стенда к работе. Выбор расположения стенда. Разработка конфигурации стенда.Тематический план экспозиции. Стационарные системы. Мобильные выставочные стенды. Art-стенды. Выставочная сценография. Оформление стенда рекламными элементами. Информационное обеспечение стенда. Техническое оснащение стенда. Смета выставочного мероприятия. Основные статьи расходов. Специальное профессиональное оборудование в практике современной экспозиции. Производство презентационной и рекламной продукции в рамках выставки. Практическое занятие: Документооборот в ходе подготовки участия компании в выставке.		2	3	12	
Тема 5. Конгрессная деятельность на выставке. Принципы организации конгрессной части выставки. Разработка программы конгресса. Работа с участниками конгресса. Практическое занятие: Разработка плана конгрессный части выставки по выбранной тематике: - экологии города - недвижимости - нефтегазовой промышленности - пищевой промышленности - туризму Крупнейшие форумы и конгрессы в России: - мероприятия "Росконгресса" - общероссийские и региональные форумы - дистанционные конгрессы и форумы - анализ работы ПМЭФ		2	3	10	

Раздел 3. Информационная работа на выставочном или ярмарочном мероприятия					Д
Тема 6. Презентация товара на выставке. Методы привлечения внимания к товару на стенде. Визуальные средства привлечения внимания к товару на стенде. Функции персонала в процессе работы на выставке. Практическое занятие: Инновационные способы презентации товара на выставке		3	2	10	
Тема 7. Рекламные и PR-инструменты на выставке. Цели и задачи рекламы на выставке. Каналы рекламы на выставке. Производство рекламных материалов для организатора выставки и экспонента. Организация пресс и PR-поддержки участия в выставке. Спонсорство на выставке. Практическое занятие: Рекламные мероприятия на выставке. Выставка как информационный повод.		2	2	14,75	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		16	16	75,75	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		32,25		75,75	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
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.

6.2 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.	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ 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.

6.3.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрены

6.3.3 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.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 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»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная	+	Письменная		Компьютерное тестирование		Иная	

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Зачет в устной форме.
Время на подготовку к ответу - 30 минут.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Кочетова, Л. М.	История выставочно-ярмарочной деятельности	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/108229.html
Пашковский С. В.	Организация выставочной деятельности	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2023	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2023234
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Алгазина, Н. В., Козлова, Л. Н.	Проектирование. Выставочное пространство	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2023	https://www.iprbookshop.ru/128985.html
Лазарев Д.	Продающая презентация	Москва: Альпина Паблишер	2016	http://www.iprbookshop.ru/48596.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
Панфилова, А. П.	Презентации и переговоры в профессиональной деятельности	Санкт-Петербург: Издательство РГПУ им. А. И. Герцена	2021	https://www.iprbookshop.ru/131757.html

7.2 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/

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

7.4 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