

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 25.09.2023 17:00:57
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»



Утверждаю:

Руководитель ООП

С.Н. Смирнов
«29» 08 2022 г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

Выставочная деятельность

Направление подготовки

43.03.01. Сервис

Направленность (профиль)

Социально-культурный сервис

Для студентов 3 курса,

очная форма обучения

Составитель: Бодрова Ю.В.

Тверь, 2022

I. Аннотация

1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является:

- получение студентами теоретических знаний по подготовке, организации и проведению выставок и ярмарок; формирование навыков применения полученных знаний в практической деятельности.

Задачами освоения дисциплины являются:

- познакомить студентов с возникновением выставочно-ярмарочной деятельности;
- познакомить со спецификой проведения ярмарок/выставок в разных странах в разные периоды времени;
- изучить социально-экономические функции выставочной деятельности,
- научить студентов ориентироваться в большом многообразии современных выставочно-ярмарочных мероприятий;
- познакомить с технологией подготовки к участию и участия в торгово-промышленной выставке;
- научить студентов оценивать выставочно-ярмарочные мероприятия по необходимым критериям;
- познакомить с видовым разнообразием торгово-промышленных выставок.

2. Место дисциплины в структуре ООП

В соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению «Сервис» учебная дисциплина «Выставочная деятельность» входит в часть программы ООП, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина неразрывно связана с дисциплинами ООП: «Организация и проведение выставок», «Техническое сопровождение выставок», «Компьютерная графика и дизайн».

3. Объем дисциплины: 3 зачетных единиц, 108 академических часов, в том числе:

контактная аудиторная работа: лекции 17 часов, практические занятия 34 часов.

самостоятельная работа: 21 часов, контроль 36.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК – 7 Способен управлять процессом подготовки к участию в торгово-промышленной выставке организации экспонента	<p>7.1 Разрабатывает и согласовывает с руководством стратегии и программы участия организации-экспонента в торгово-промышленных выставках</p> <p>7.2 Организует эффективную подготовку к участию в торгово-промышленной выставке</p> <p>7.3 Управляет процессом участия в торгово-промышленной выставке</p> <p>7.4 Оценивает эффективность участия в торгово-промышленной выставке</p>

5. Форма промежуточной аттестации семестр прохождения экзамен, 5 семестр

6. Язык преподавания русский.

II. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)				Самостоятельная работа, в том числе Контроль (час.)
		Лекции	Семинарские/ Практические занятия/	Лабораторные	Контроль самостоятельной работы (в том	

Понятие конгрессно-выставочной деятельности.Х арактеристика конгрессно-выставочных мероприятий		2	2	2	2
Конгрессно-выставочная деятельность в системе гостеприимства		2	2	2	2
История развития выставочно-ярмарочных услуг за рубежом и в России			4	4	2
Современное развитие выставочной деятельности. Конгрессно-выставочные центры мира		2	2	2	2

Правовое регулирование выставочного дела		2	2	4	2
Конгрессно-выставочная деятельность как инструмент маркетинга		2	4	4	2
Организация выставочной деятельности предприятия		2	6	4	2
Технологии рекламы и продвижения конгрессно-выставочных мероприятий		2	4	4	2
Оценка эффективности выставочной деятельности предприятия		3	4	4	2

Корпоративная культура и управление персоналом предприятия конгрессно-выставочного сервиса		2	4	4	3
Итого:	108	17	34	36	21

III. Образовательные технологии

Учебная программа – наименование разделов и тем <i>(в строгом соответствии с разделом II РПД)</i>	Вид занятия	Образовательные технологии
Понятие конгрессно-выставочной деятельности. Характеристика конгрессно-выставочных мероприятий	Лекция Практическое занятие	Лекция-визуализация с элементами фронтальной беседы, создание словаря терминов, метод малых групп, метод case-study
Конгрессно-выставочная деятельность в системе гостеприимства	Лекция Практическое занятие	Лекция-визуализация с элементами фронтальной беседы, создание словаря терминов, метод малых групп, метод case-study, заполнение таблицы

История развития выставочно-ярмарочных услуг за рубежом и в России	Практическое занятие	Создание словаря терминов, метод малых групп, метод case-study
Современное развитие выставочной деятельности. Конгрессно-выставочные центры мира	Лекция Практическое занятие	Лекция-визуализация с элементами фронтальной беседы, метод малых групп, метод case-study, мастер-класс
Правовое регулирование выставочного дела	Лекция Практическое занятие	Лекция-визуализация с элементами фронтальной беседы, метод малых групп, метод case-study, мастер-класс, творческие задания
Конгрессно-выставочная деятельность как инструмент маркетинга	Лекция Практическое занятие	Лекция-визуализация с элементами фронтальной беседы, метод малых групп, метод case-study, мастер-класс, творческие задания
Организация выставочной деятельности предприятия	Лекция Практическое занятие	Лекция-визуализация с элементами фронтальной беседы, метод малых групп, метод case-study, мастер-класс, творческие задания
Технологии рекламы и продвижения конгрессно-выставочных мероприятий	Лекция Практическое занятие	Лекция-визуализация с элементами фронтальной беседы, метод малых групп, метод case-study, мастер-класс, творческие задания

Оценка эффективности выставочной деятельности предприятия	Лекция Практическое занятие	Лекция-визуализация с элементами фронтальной беседы, метод малых групп, метод case-study, мастер-класс, творческие задания
Корпоративная культура и управление персоналом предприятия конгрессно-выставочного сервиса	Лекция Практическое занятие	Лекция-визуализация с элементами фронтальной беседы, метод малых групп, метод case-study, мастер-класс

IV. Оценочные материалы для проведения текущей и промежуточной аттестации

4.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации:

4.1.1. Задания для практических занятий

Тема 1. Классификация выставочных мероприятий

1. Значение и необходимость классификации выставок по различным характеристикам.
2. Принципы классификации выставок и ярмарок.
3. Выставки стационарные, передвижные, выездные, их связь и различия.
4. Проблема периодичности проведения выставок. Выставки ежегодные, сезонные, однократные.
5. Состав участников выставки. Выставки профессиональные и любительские, районные, муниципальные, междугородние, региональные и межрегиональные, национальные, международные.
6. Основные сферы охвата выставочного дела: художественные, промышленные, сельскохозяйственные, туристские, научные.

7. Понятие «характер экспонатов». Выставки исторические, литературные, учебно-методические, комплексно-смешанные.

Тема 2. История развития выставочного дела за рубежом и в России

1. Основные этапы истории выставочного дела и их социокультурная обусловленность. Усложнение характера и масштаба выставок, изменение принципов и форм их организации в ходе исторического развития.
2. Первые коллекции в античном обществе, их история и содержание.
3. Интерес к выставкам и повышение их значимости в эпоху Возрождения.
4. Появление коммерческих и торговых выставок в Новое время.
5. Ярмарки и выставки в дореволюционной России.
6. Выставочная деятельность в СССР. 1918—1991 гг.
7. Современное состояние выставочного дела в России.

Тема 3. Специфика подготовки и участия в работе на зарубежной выставке

1. Понятие международной выставки.
2. Классификация международных ярмарок (выставок, салонов), утвержденная на Венском конгрессе Союза международных ярмарок в 1977 г.
3. Основные требования к подготовке и работе на зарубежных выставках. Требования Парижской конвенции 1928 г. о проведении международных выставок.
4. Организации, координирующие международную выставочную деятельность: UnionofInternationalFairs – Союз международных ярмарок (УФИ). Межгосударственный совет по выставочно-ярмарочной деятельности СНГ. Экспофонд СНГ. Международный союз выставок и ярмарок СНГ и стран Балтии.

5. Таможенная конвенция о карнете АТА для временного ввоза товаров, Брюссель, 1990 г. Конвенция о временном ввозе товаров, Стамбул, 1990 г.
6. Соглашения РФ о торгово-экономическом и культурном сотрудничестве с иностранными государствами

Тема 4. Характеристика крупнейших российских и зарубежных выставочных комплексов

На занятии обсуждаются итоги самостоятельной работы студентов – электронные презентации на тему:

- Выставочные комплексы России.
- Выставочные комплексы стран Европы.
- Выставочные комплексы стран Азии и Африки.
- Выставочные комплексы стран Северной и Южной Америки.

Тема 5. Состояние рынка выставочно-ярмарочных услуг Твери

1. Структуры, регулирующие и координирующие выставочно-ярмарочную деятельность.
2. Нормативно-правовая база выставочной деятельности г. Твери.
3. Комплексная характеристика художественных (Тверской городской музейно-выставочный центр, Тверская областная картинная галерея и др.) и торговых выставочных центров (Дом науки и техники, Дворец спорта «Юбилейный» и др.).
4. Обзор актуальных городских выставочных мероприятий.
5. Проблемы развития выставочной деятельности в регионе.
6. Презентация отчета о посещении городской музейной выставки

Тема 6. Анализ выставки

На занятии обсуждаются итоги самостоятельной работы студентов (метод малых групп) в результате посещения выставки г. Москвы (МИТТ, Отдых, ПИР-Ехро).

Задание № 1: Посетите выставку (МИТТ, Отдых, ПИР-Ехро), проанализируйте деятельность одного из экспонентов и дайте рекомендации по заданным позициям. Оформите результаты.

1. Название выставки
2. Тематика (заявленная, соответствие ей)
3. Целевая аудитория (аудитории)
4. Количество участников
5. Количество экспонентов
6. Структурируйте количество участников (любое число позиций, обозначьте приблизительное долевое соотношение)
7. Оцените деловую программу выставки (типы и цели мероприятий)
8. Отметьте предлагаемые выставкой дополнительные возможности рекламы и продвижения (помимо организации работы на стенде)
9. Отметьте наиболее интересные экспозиционные решения. Обоснуйте выбор
10. Перечислите и структурируйте партнеров выставки

Задание № 2: Посетите выставку (МИТТ, Отдых, ПИР-Ехро), проведите сравнительный анализ трех экспонентов выставки, представляющих разные сегменты рынка. Используйте метод наблюдения.

- Название компании
- Целевая аудитория / сегмент рынка
- Площадь стенда
- Местоположение и тип стенда
- Вероятностные цели участия
- Содержательные акценты (предмет/информация/ среда)
- Особенности оформления стенда

- Зонирование стенда
- Количество стендистов и их функции
- Реализация информационной функции
- Использование дополнительных возможностей продвижения

Тема 7. Реклама в организации выставки

1. Роль и функции рекламы при проведении выставок.
2. Предвыставочная рекламная кампания и проведение PR-акций.
3. Рекламное сопровождение в период выставки:
 - Рекламные и информационные материалы, распространяемые на выставках.
 - Рекламные акции на выставке.
4. Работа с представителями СМИ.
5. Способы распространения рекламно-информационных материалов на выставке вне стенда.
6. Оценка эффективности рекламной кампании.

Тема 8. Создание выставочного проекта

1. Понятие экспозиции как основной формы выставочной деятельности
2. Научная концепция экспозиции.
3. Принципы отбора экспонатов.
4. Экспозиция в художественном, историческом музеях, выставочных залах.
5. Принципы построения экспозиции.
6. Методы построения экспозиции.
7. Объем экспозиции, подбор экспонатов.
8. Художественные средства оформления экспозиции.

Тема 9. Просветительская работа на выставке

1. Цель и задачи просветительской работы на выставке. Связь просветительской деятельности с идеями и целями выставки.

2. Основные функции просветительской деятельности: мотивационная, информационная, коммуникационная, оценочная.
3. Основные виды просветительской работы: экскурсии, консультации, справочно-информационные услуги.
4. Организационные основы просветительской работы:
 - основы экскурсоведения. Методика составления маршрута экскурсий по выставке.
 - выставочное дело и презентации как инструменты продвижения достижений определенного типа или компании на рынке.

Тема 10. Особенности работы с посетителями

1. Типы посетителей выставок и стратегии работы с каждым из типов
2. Прием почетных гостей
3. Способы привлечения посетителей на стенд
4. Работа с посетителями на выставке: организация показа и рассказа
5. Формирование банка данных о посетителях

Тема 11. Персонал для работы на выставке

1. Выставочная команда на этапе подготовки участия в выставке (состав, функциональные обязанности)
2. Персонал для работы на стенде (состав, функциональные обязанности, требования)
3. Критерии подбора персонала для работы на выставке
4. Виды и методы обучения персонала выставки
5. Условия труда стендового персонала.
6. Этика и эстетика выставочного персонала.
7. Документационное обеспечение работы персонала.

Тема 12. Особенности организации разнопрофильных выставок

На занятии обсуждаются итоги самостоятельной работы студентов – электронные презентации на тему «Особенности организации разнопрофильных выставок» (на выбор: выставка собак/кошек, выставка в индустрии моды (показ моды), выставка в индустрии красоты, выставка в автомобильной индустрии, выставка предметов декора и интерьера, гастрономическая выставка, отельная выставка, выставка ландшафтной архитектуры, выставка-дегустация вин, выставка живописи/фотографий, музейная выставка, сельскохозяйственная выставка, выставка военной техники).

4.1.2. Тестовые задания:

1. Какая страна является родоначальницей выставок?
 - а) Великобритания;
 - б) Германия;
 - в) Франция.
2. Экспонат – это:
 - а) участники выставки;
 - б) объект показа;
 - в) сотрудник, работающий на стенде.
3. В какой стране была проведена первая всемирная выставка?
 - а) в Японии;
 - б) в Германии;
 - в) в Англии.
4. Как называется крупнейшая выставка в России?
 - а) МИТТ;
 - б) UFI;
 - в) INWETEXS.
5. Главная цель всемирных выставок – это:
 - а) показать достижения в области культуры;
 - б) показать достижения всего человечества;

в) показать достижения страны, в которой проводится выставка.

6. По тематическому критерию выставки бывают:

а) универсальные, межотраслевые;

б) национальные, межрегиональные;

в) другие.

9. Какой вид стенда открыт только с одной стороны?

а) нестандартный;

б) линейный;

в) полуостров.

10. ЗАО «СОУД — Сочинские выставки» было основано в

а) 1851г.;

б) 2005г.;

в) 1991г.

11. Каков срок действия карнета АТА?

а) 3 года;

б) 5 лет;

в) 1 год.

12. Какой статус имеют выставки или ярмарки, когда иностранные экспоненты составляют не менее 10% от общего числа участников и 5% иностранных посетителей и специалистов.

а) международный;

б) национальный;

в) региональный.

13. Вопросы практического характера, относящиеся к организации международных выставок, возложены на:

а) Международное Бюро выставок;

б) Коллегию Генеральных Комиссаров;

в) Выставочную компанию.

14. Какой российский город претендовал на проведение международной выставки EXPO в 2010?

- а) Санкт-Петербург;
- б) Казань;
- в) Москва.

15. Непременное условие для существования системы карнета АТА является:

- а) необходимый пакет документов;
- б) наличие в странах участницах гаранта уплаты таможенных платежей.
- в) квалифицированные кадры.

16. Рыночные мероприятия, на которых экспоненты выставляют на основе

выставочных образцов производимые товары и услуги – это:

- а) выставки;
- б) ярмарки;
- в) выставки и ярмарки.

17. Общую выставку первой категории разрешается проводить в одной и той же стране раз в:

- а) 10 лет;
- б) 20 лет;
- в) 15 лет.

18. Приглашение принять участие в общей выставке второй категории страны-участницы получают:

- а) за 1 год до начала выставки;
- б) за 2 года;
- в) за 3 года.

19. Когда была разработана Брюссельская таможенная конвенция?

- а) 8 июня 1961 года;
- б) 25 января 1846 года;
- в) 15 сентября 1989 года.

20. Юнеско - это:

- а) аббревиатура международной выставки туризма в Берлине;

б) комиссия ООН по вопросам культуры, здравоохранения и просвещения;

в) название союза молодых журналистов.

21. Какой из ниже приведенных документов выработал типовые общие правила всемирных выставок?

а) Таможенная конвенция «О карнетах АТА»;

б) Брюссельская таможенная конвенция;

в) Парижская конвенция.

22. Какие принципиальные вопросы рассмотрены в Парижской конвенции?

а) права и обязанности страны-организации и стран-участниц выставки;

б) классификации, периодичность и продолжительность выставок;

в) оба варианта верны.

4.1.3. Перечень тем контрольных работ

Темы контрольной работы № 1

1. Качественная и количественная характеристика выставочной деятельности в мире.

2. Ключевые проблемы развития выставочной деятельности в России.

3. Основные тенденции выставочной деятельности и их влияние на финансовые рынки стран с переходной экономикой.

4. Организация выставочного пространства.

5. Выставка: определение, функции, классификация.

6. Проектирование выставки.

7. Основные виды выставок.

8. Виды современных презентаций.

9. Обеспечение безопасности экспонатов и посетителей.

10. Научное проектирование выставки.

11. Художественное проектирование выставки и презентации.

12. Организация рекламы выставки и презентации.

13. Дипломатия выставочного бизнеса.
14. Специфика подготовки и работы выставки за рубежом.
15. Перспективное планирование выставочного дела.

Темы контрольной работы № 2.

16. Административная работа на выставке.
17. Текущее планирование выставочного дела.
18. Содержание предвыставочной работы.
19. Подготовка каталогов.
20. Оценка результатов работы выставки или презентации.
21. Организация региональных выставок.
22. Организация международных выставок.
23. Электроэнергия, освещение и связь на выставке.
24. Специфика работы дизайнера по организации выставки или презентации.
25. Монтаж и разборка выставки.
26. Организация международной выставки.
27. Стенд на выставке.
28. Разработка мультимедийной презентации.
29. Авторские права выставочных экспонатов.
30. Бюджет и смета расходов выставки и презентации.

4.1.4. Тематика электронных презентаций:

1. Первые коллекции в античном обществе, их история и содержание.
2. Специфика коллекционирования в эпоху Возрождения.
3. Первая всемирная выставка в Лондоне 1851 г.
4. Всемирная выставка в Париже в 1889 г.
5. Выставки в России XIX века.
6. Художественные выставки в России, общая характеристика и основные этапы.

7. Исторические музеи и выставки в России, причины их появления, этапы развития, основные достижения.
8. Специфика Передвижных художественных выставок в России второй половины XIX века.
9. Всемирная выставка в Париже 1900 г.
- 10.ВДНХ: история и современность
- 11.Выставочные комплексы России.
- 12.Зарубежные выставочные комплексы.

4.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации:

4.2.1. Перечень вопросов для подготовки экзамену

1. История выставочной деятельности в России.
2. Современная концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации.
3. Правовое регулирование выставочной деятельности.
4. Основные определения выставочной деятельности.
5. Классификация выставочных мероприятий.
6. Специфика подготовки и работы на зарубежных выставках.
7. Тематические узкоспециализированные выставки.
8. Общеотраслевые выставки.
9. Выставки, организуемые в учреждении культуры.
10. Характеристика крупнейших российских выставочных комплексов.
- 11.Состояние рынка выставочно-ярмарочных услуг г. Твери.
12. Этапы планирования организационного процесса.
13. Организационная структура управления выставкой.
14. Организационный процесс выставки.
15. Реклама выставки.
16. Бюджет, смета расходов выставки.
17. Классификация выставочного оборудования.

18. Выставочные стенды.
19. Организация экспозиции выставки.
20. Содержательное и художественное оформление экспозиции.
21. Административная работа на выставке.
22. Просветительная работа на выставке.
23. Особенности работы с посетителями.
24. Персонал для работы на выставке.
25. Оценка результатов работы выставки.
26. Освещение итогов выставки в средствах массовой информации.
27. Особенности организации разнопрофильных выставок (на выбор).

V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

1) Рекомендуемая литература

Основная:

1. Александрова А.А. География туризма: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки "Туризм". 3-е изд., испр. М., 2015.
2. Архипова Ольга Валерьевна. Организация конгрессно-выставочной деятельности: учебное пособие. СПб., 2014.
3. Докашенко Л.В. Экономика и организация конгрессно-выставочной деятельности: учебное пособие. Оренбург, 2015.
4. Петелин В. Г. Основы менеджмента выставочной деятельности. М., 2015.
Доступ: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=116636
5. Сахарчук Е.С. Психология делового общения в туризме и гостеприимстве: учебник для обучения студентов вузов по направлениям подготовки "Туризм", "Гостиничное дело". М., 2014.
6. Фомичев В.И. Выставочное дело: учебное пособие. СПб., 2009.

Дополнительная литература:

1. Абросимова Е.А. Организаторы торгового оборота [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Е.А. Абросимова— Электрон. текстовые данные.— М.:

- ВолтерсКлувер, 2011.— 200 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/16788.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Акулич И.Л. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ И.Л. Акулич— Электрон. текстовые данные.— Минск: Вышэйшая школа, 2014.— 544 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35493.html>.— ЭБС «IPRbooks»
 3. Александрова Н., др. Выставочный менеджмент: технологии организации и рекламно-информационного сопровождения выставок и конференций. М., 2001 .
 4. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности: Учеб. пособие. М., 2010.
 5. Васильев Г. А. Технологии производства рекламной продукции: Учеб. пособие. М., 2010.
 6. Волкодавова Е.В. Международные выставки как фактор формирования и реализации экспортного потенциала промышленных предприятий. Самара, 2004.
 7. Выставка «под ключ». Готовые маркетинговые решения. (Готовые маркетинговые решения) / Под ред. Добробабенко Н.С. ,Добробабенко Е.В. СПб., 2007.
 8. Голубенко Н.Б. Библиотека XXI века [Электронный ресурс]: информационные технологии, новая концепция/ Н.Б. Голубенко— Электрон. текстовые данные.— СПб.: Проспект Науки, 2013.— 192 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35888.html>.— ЭБС «IPRbooks»
 9. Гусев Э.Б. , Прокудин В.А. , Салащенко А.Г. Основы выставочной деятельности: Учеб. пособие. М., 2003 .
 10. Есикова И.В. Ключевые правила организации выставки: практическое пособие Есикова И.В. Ключевые правила организации выставки: практическое пособие. С., 2010.
 11. Жаркова Л.С. Деятельность учреждений культуры: учебное пособие. М., 2003.

12. Захаренко Г.П. Выставка: техника и технология успеха. М., 2006.
13. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма: Учебник / Под ред. Е.И. Богданова. М., 2012.
14. Критсотакис Я.Г. Торговые ярмарки и выставки. Техника участия и коммуникации. М., 1997.
15. Мазилкина Е.И. Семь шагов к успеху или как продвинуть свой товар на рынок. Саратов, 2010.
16. Миллер С. Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом. М., 1998.
17. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы: учебное пособие. М, 2006.
18. Назаренко Л.Ф. Выставка как инструмент маркетинга. М., 1997.
19. Олвуд Д., Монтомери Б. Выставки: планирование и дизайн. Новосибирск, 1991.
20. Основы выставочного дела. М., 1980.
21. Переверзев М.П. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учебное пособие. М., 2010.
22. Петелин В.Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: Учеб. пособие. М., 2012 .
23. Петелин В.Г. Менеджер предприятия по рекламе и выставкам. М., 2001 .
24. Петелин В.Г. Стендист торгово-промышленной выставки: Секреты мастерства. М., 2000.
25. Петелин В.Г. Технологии подготовки и проведения выставок: Учеб. пособие. М., 2003 .
26. Романов А. А. Разработка рекламного продукта: Учеб. пособие. М., 2010.
27. Саюшев В. А. 50 золотых правил экспонента // Экспомир. 2003. № 1.
28. Семенцова Т. Современные технологии выставочного маркетинга // Вопросы экономики. 2001. № 3.
29. Симонов К. В. Современный экспобизнес: условия предпринимательства и управленческие технологии. М., 2014.

30. Стровский Л.Е. , Фролова Е.Д. , Стровский Д.Л. Основы выставочно-ярмарочной деятельности: Учеб. пособие. М., 2012.
31. Тульчинский Г.Л., Шекова Е.Л. Маркетинг в сфере культуры: Учебное пособие. СПб., 2009.
32. Фирдман С. Как показать товар лицом: выставки и презентации. М., 1994.
33. Шарков Ф. И. Выставочный коммуникационный менеджмент (управление выставочными коммуникациями): учебное пособие. М., 2006.
34. Шпаков В.Н. Россия на всемирных выставках. 1851 - 2000 гг. М., 2000.

Список нормативных правовых документов

1. «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» (утв. ВС РФ 09.10.1992 № 3612-1) (ред. от 08.05.2010. [Электронный ресурс]. Режим доступа: Консультант Плюс.
2. «О вывозе и ввозе культурных ценностей». Закон РФ от 15.04.1993 № 4804-1 (ред. От 23.07.2013 г.). [Электронный ресурс]. Режим доступа: Консультант Плюс.
3. «Концепция развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации». Распоряжение Правительства Российской Федерации от 10.07.2014 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: Консультант Плюс.
4. «План мероприятий по реализации Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации». Распоряжение Правительства Российской Федерации от 10.07.2014 г. [Электронный ресурс] Режим доступа: Консультант Плюс.
5. «Положение о присоединении Российской Федерации к Таможенной конвенции о карнете АТА для временного ввоза товаров» от 6 декабря 1961 г. и «Конвенции о временном ввозе» от 26 июня 1990 г. Распоряжения ГТК России от 7 апреля 1999 г. № 01-14/440 «О таможенном оформлении товаров с применением карнета АТА» и 9 февраля 2000 г. № 01-99/152 «О мерах таможенного оформления товаров с

применением карнета АТА». [Электронный ресурс]. Режим доступа: Консультант Плюс.

6. «Об утверждении положения о таможенном контроле и таможенном оформлении товаров, предназначенных для проведения выставочных мероприятий». Приказ ГТК России от 29 декабря 2001 г. № 1276 // Экспомир. 2002. №1.

2) Программное обеспечение

А) Лицензионное программное обеспечение

Adobe ReaderXI (11.0.13) – Russian бесплатно

Google Chrom бесплатно

Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows антивирус

MicrosoftOffice профессиональный плюс 2013 – Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017 г.

Qgis 2.18. 2.18.6 бесплатно

WinDjVieww 2.0.2 бесплатно

Microsoft Windows 10 Enterprise – Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017 г.

3) Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- БД Scopus <https://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic>

- БД Web of Science

http://apps.webofknowledge.com/WOS_GeneralSearch_input.do?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&SID=F5lxbbgnjnOdTHHnpOs&preferencesSaved=

– ЭБС издательского дома «ИНФРА-М» (URL: <http://znanium.com/>);

– ЭБС издательства «Лань» (URL: <http://www.e.landbook.com/>);

– ЭБС издательства «Юрайт» (URL: <https://www.biblio-online.ru/>);

– ЭБС «РУКОНТ» (URL: <http://www.rucont.ru/>);

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» (URL: <http://biblioclub.ru/>);
- ЭБС «IPRbooks» (URL: <http://www.iprbookshop.ru/>);
- электронная библиотека eLIBRARY.RU;
- коллекция электронных книг Оксфордско-Российского фонда;
- электронная библиотека диссертаций РГБ;
- база данных ПОЛПРЕД;
- АРБИКОН (сводные каталоги российских библиотек и информационных центров).
- База нормативной документации Библиотека ГОСТов. Свободный доступ on-line: <http://vsegost.com/>

4) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (или модуля)

www.tpprf.ru - Торгово-промышленная палата России

www.mtpp.org - Московская торгово-промышленная палата

www.uefexpo.ru - Международный союз выставок и ярмарок

www.customs.ru - Государственный таможенный комитет России

www.ufinet.org - Международный союз ярмарок (UFI)

www.expromir.ru - Журнал «Экспомир», Каталог «Выставки в России и за рубежом»

www.mitt.ru – Сайт «Москва, Выставочный центр на Красной Пресне» (Экспоцентр).

www.mitt.km.ru – Неофициальный сайт туристической выставки Mitt 2002 (Экспоцентр).

www.cfin.ru/marketing/ – Сайт «Корпоративный менеджмент».

www.exposokol.ru – Сайт Культурно-выставочного центра Сокольники.

www.vvcenter.ru – Сайт Всероссийский Выставочный Центр.

www.vistavki.ru – Сайт Московский Гостиный Двор.

www.exposcenter.ru – Сайт «Экспоцентр».

www.wtcmoscow.ru – Сайт «Центр Международной торговли».

www.rosstrovexpo.ru – Сайт «Росстройэкспо».

www.fairs.ru – Сайт выставочного комплекса «Наука и Образование».

www.edu.fairs.ru – Сайт Всероссийского форума «Современная образовательная среда»

www.priroda.fairs.ru – Сайт Министерства природных ресурсов РФ на ВВЦ

www.federalcenter.ru – НП «Федеральный выставочно-маркетинговый центр малого предпринимательства».

VI. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

Семинар – это составная часть учебного процесса, групповая форма занятия при активном участии студентов. Семинары способствуют углубленному изучению наиболее сложных проблем дисциплины и служат основной формой подведения итогов самостоятельной работы студентов. На семинарах студенты учатся грамотно излагать проблемы, свободно высказывать свои мысли и суждения, вести полемику, убеждать, доказывать, опровергать, отстаивать свои убеждения, рассматривать ситуации, способствующие развитию профессиональной компетентности.

Семинарское занятие подразумевает два вида работ: подготовку сообщения на заданную тему и участие в обсуждении проблемы, затронутой сообщением. Сообщение не является принципиальным моментом семинара, будучи только провокацией, катализатором следующего за ним обсуждения. Сообщение должно занимать по времени не более 3 – 5 минут. Основной вид работы на семинаре – участие в обсуждении проблемы. Принципиальной разницы между подготовкой сообщения и подготовкой к обсуждению не существует. Отличие состоит в более тщательной работе с готовым материалом – лучшей его организации для подачи аудитории.

Подготовка к практическому (семинарскому) занятию начинается с тщательного ознакомления с условиями предстоящей работы, т.е. с обращения к планам семинарских занятий. Определившись с проблемой, привлекающей наибольшее внимание, следует обратиться к рекомендуемой литературе. Имейте в виду, что в семинаре участвует вся группа, а потому задание к практическому занятию следует распределить на весь коллектив. Задание должно быть охвачено полностью и рекомендованная литература должна быть освоена группой в полном объёме.

Для полноценной подготовки к практическому занятию чтения учебника крайне недостаточно – в учебных пособиях излагаются только принципиальные основы, в то время как в монографиях и статьях на ту или иную тему поднимаемый вопрос рассматривается с разных ракурсов или ракурса одного, но в любом случае достаточно подробно и глубоко. Тем не менее, для того, чтобы должным образом сориентироваться в сути задания, сначала следует ознакомиться с соответствующим текстом учебника – вне зависимости от того, предусмотрена ли лекция в дополнение к данному семинару или нет. Оценив задание, выбрав тот или иной сюжет, и подобрав соответствующую литературу, можно приступать собственно к подготовке к семинару.

Работа над литературой, статья ли это или монография, состоит из трёх этапов – чтения работы, её конспектирования, заключительного обобщения сути изучаемой работы. Прежде, чем браться за конспектирование, скажем, статьи, следует её хотя бы однажды прочесть, чтобы составить о ней предварительное мнение, постараться выделить основную мысль или несколько базовых точек, опираясь на которые можно будет в дальнейшем работать с текстом. Конспектирование – дело очень тонкое и трудоёмкое, в общем виде может быть определено, как фиксация основных положений и отличительных черт рассматриваемого труда вкупе с творческой переработкой идей, в нём содержащихся. Конспектирование – один из эффективных способов усвоения письменного текста. Хотя само

конспектирование уже может рассматриваться как обобщение, тем не менее есть смысл выделить последнееособицей, поскольку в ходе заключительного обобщения идеи изучаемой работы окончательно утверждаются в сознании изучающего. Достоинством заключительного обобщения как самостоятельного этапа работы с текстом является то, что здесь читатель, будучи автором обобщений, отделяет себя от статьи, что является гарантией независимости читателя от текста.

Если программа занятия предусматривает работу с источником, то этой стороне подготовки к семинару следует уделить пристальное внимание. В сущности, разбор источника не отличается от работы с литературой – то же чтение, конспектирование, обобщение.

Тщательная подготовка к семинарским занятиям, как и к лекциям, имеет определяющее значение: семинар пройдёт так, как аудитория подготовилась к его проведению. Самостоятельная работа – столп, на котором держится вся подготовка по изучаемому курсу. Готовясь к практическим занятиям, следует активно пользоваться справочной литературой: энциклопедиями, словарями, альбомами схем и др. Владение понятийным аппаратом изучаемого курса является необходимостью, это ваш словарный запас, и без общих значений мы, разноязыкие, ни о чём договориться не сможем.

Вот несколько правил поведения на семинарских занятиях:

- на семинар желательно являться с запасом сформулированных идей, хорошо, если они будут собственного производства; если вы собираетесь пользоваться чужими формулировками, то постарайтесь в них сориентироваться как можно лучше;

- если вы что-то решили произнести на семинаре, то пусть это будет нечто стоящее – не следует сотрясать воздух пустыми фразами;

- выступления должны быть по возможности компактными и в то же время вразумительными, не занимайте эфир надолго. Старайтесь не

перебивать говорящего, это некорректно; замечания, возражения и дополнения следуют обычно по окончании текущего выступления.

Весьма презентабельным вариантом выступления следует считать его подготовку в программе MicrosoftOfficePowerPoint, что существенно повышает степень визуализации, а, следовательно, доступности, понятности материала и заинтересованности аудитории к результатам научной работы студента.

На семинаре идёт не проверка вашей подготовки к занятию (подготовка есть необходимое условие), но степень проникновения в суть материала, обсуждаемой проблемы. Поэтому беседа будет идти не по содержанию прочитанных работ; преподаватель будет ставить проблемные вопросы, не все из которых могут прямо относиться к обработанной вами литературе.

По окончании практического занятия к нему следует обратиться ещё раз, повторив выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе – для этого в течение семинара следует делать небольшие пометки. Таким образом, практическое занятие не пройдёт для вас даром, закрепление результатов занятия ведёт к лучшему усвоению материала изученной темы и лучшей ориентации в структуре курса. Вышеприведённая процедура должна практиковаться регулярно – стабильная и прилежная работа в течение семестра суть залог успеха на сессии.

Тематика практических занятий

1. Классификация выставочных мероприятий.
2. История развития выставочного дела за рубежом и в России.
3. Специфика подготовки и работы на зарубежных выставках.
4. Характеристика крупнейших российских и зарубежных выставочных комплексов.
5. Состояние рынка выставочно-ярмарочных услуг г. Твери.
6. Анализ выставки.

7. Реклама в организации выставки.
8. Создание выставочного проекта.
9. Просветительная работа на выставке.
10. Особенности работы с посетителями.
11. Персонал для работы на выставке.
12. Особенности организации разнопрофильных выставок.

6.2. Методические рекомендации по подготовке отчета о посещении музейной выставки

Студент самостоятельно составляет обзор актуальных выставочных мероприятий г. Твери (или другого города/региона), в том числе, музейных выставок. По своему усмотрению выбирается любая выставка для посещения.

Предварительно необходимо ознакомиться с материалами официального сайта музейного учреждения относительно истории создания музея, особенностей формирования музейных коллекций и видах культурно-просветительской деятельности.

При посещении выставки студент должен иметь с собой тетрадь для внесения необходимых для отчета записей. Отчет составляется в письменном виде на листах формата А4, книжная ориентация, шрифт TimesNewRoman, 14 кегль, полуторный интервал. Отчет должен содержать титульный лист с указанием названия учебного заведения, факультета, направления подготовки, заглавием документа «Отчет о посещении выставки (название выставки) в (название музейного учреждения)», названием учебной дисциплины, персональными данными автора и преподавателя.

Структура отчета о посещении музейной выставки:

1. Тема выставки
2. Сроки проведения выставки
3. Место проведения выставки
4. Организатор(ы) выставки

5. Событие, которому посвящена выставка
6. Характеристика представленных экспонатов (количество, видовая принадлежность, оригиналы/копии, авторство, информативность и т.д.)
7. Характеристика стендового оборудования
8. Характеристика рекламного обеспечения выставки
9. Общие впечатления о выставке

6.3. Методические рекомендации по подготовке электронной презентации

Цель использования метода электронной презентации: 1) формирование навыков поиска, анализа, отбора и систематизации материалов по заданной теме, 2) демонстрация способностей организации доклада с использованием современных информационных технологий.

Электронная презентация – электронный документ, подготовленный в PowerPoint, предназначенный для демонстрации проделанной работы или представления к обсуждению какого-либо проекта. Целью любой презентации является визуальное представление замысла автора с использованием таблиц, диаграмм, схем, рисунков.

Структура презентации:

- Титульный слайд содержит название работы (доклада) и имена авторов. Эти элементы обычно выделяются более крупным шрифтом, чем основной текст презентации. Также на первый слайд целесообразно поместить логотип учреждения, от лица которого делается презентация. В качестве изображения (иногда фона) первого слайда можно использовать рисунок или фотографию, имеющую непосредственное отношение к теме презентации.
- План презентации очерчивает круг вопросов, о которых пойдет речь в презентации. Во введении определяется актуальность темы, дается характеристика направления исследования.

- Основная часть. В данной части формулируются задачи, которые предстоит разрешить в процессе работы с презентацией. Рассматриваются варианты решения поставленных задач. Это должна быть не сама содержательная информация, но пояснения к ней – рисунки, схемы, основные тезисы, которые могут записать слушатели. Содержательную информацию должен излагать докладчик.
- Заключение (выводы). В заключении кратко, в 3-5 тезисах, излагаются основные результаты представленной работы.

Требования к оформлению презентации:

Средний расчет времени, необходимого на презентацию, ведется исходя из количества слайдов. Обычно на один слайд необходимо не более двух-трех минут. Необходимо использовать максимальное пространство слайда (экрана) – например, увеличив рисунки. По возможности следует использовать верхние $\frac{3}{4}$ площади слайда, т.к. с последних рядов нижняя часть экрана обычно не видна. Дизайн должен быть простым и лаконичным.

Все заголовки должны быть выполнены в едином стиле (цвет, шрифт, размер, начертание, расположение). Текст слайда для заголовков должен быть размером 24-32 пунктов. Точку в конце заголовка ставить не нужно. Между предложениями в заголовке точку нужно ставить. Не следует писать длинные заголовки.

Для оформления презентации следует использовать стандартные, широко распространенные пропорциональные шрифты без засечек, такие как Arial, Tahoma, Verdana, Calibri и т.д. В одной презентации допускается использовать не более 2-3 различных шрифтов. Размер шрифта для информационного текста 20-24 пункта.

Для презентации изначально необходимо подобрать цветовую гамму: обычно это три-пять цветов, среди которых могут быть как теплые, так и холодные. Любой из этих цветов должен хорошо читаться на выбранном ранее фоне. Выделение различными цветами слов в составе заголовка или абзаца основного текста допускается только с целью акцентирования на них

внимания: например, если вводится новый термин или приводятся важные численные значения. Основной текст рекомендуется набирать нейтральным цветом – предпочтительно, черным. Следует избегать использования текста, графики и фона одного цвета, со сходной насыщенностью цвета и одинаковой яркости. Необходимо поддерживать высокий контраст. Не стоит перегружать фон графическими элементами. Подчеркивание категорически не рекомендуется к использованию.

Не следует использовать текст на слайде как часть речи докладчика; лучше поместить туда важные тезисы. Не надо переписывать презентацию в доклад. Демонстрация презентации – это вспомогательный инструмент, иллюстрирующий речь докладчика. Следует сокращать предложения (в разумных пределах). Чем меньше фраза, тем она быстрее усваивается. Способы сокращений: удаление слов, без которых смысл не потеряется; замена слов на более краткие; использование аббревиатур; использование символов вместо слов (\$ – доллар, % – процент).

Текст на слайдах форматируется по ширине. Для лучшей компоновки текста на слайде целесообразно использовать функции, предлагаемые в среде MicrosoftPowerPoint: интервалы, линейка и др. Элементы списка отделяются точкой с запятой. В конце обязательно ставится точка. Следует заметить, что после двоеточия все элементы списка пишутся с маленькой буквы. Если список начинается сразу, то первый элемент записывается с большой буквы, далее – маленькими.

Обязательно необходимо иллюстрировать презентацию рисунками, фотографиями, наглядными схемами, графиками и диаграммами. Изображению всегда следует придавать как можно больший размер с обязательным сохранением необходимого уровня качества; если это возможно, иллюстрации стоит распределить по нескольким слайдам, нежели размещать их на одном, но в уменьшенном виде. Изображение должно занимать не более 60% слайда. Иллюстрации должны быть подписаны таким же шрифтом, как и для основного текста. У диаграмм и таблиц тоже должно

быть название или таким названием может служить заголовок слайда. Диаграмма или таблица должна занимать на слайде место, достаточное для того, чтобы она была максимально хорошо видна и читаема, линии и подписи должны быть хорошо видны.

Критерии оценивания электронных презентаций:

- 1 уровень – не в состоянии подобрать материал для презентации;
- 2 уровень – собраны разрозненные материалы, не имеющие отношения к проблематике презентации;
- 3 уровень – составлен план, написан текст выступления;
- 4 уровень – составлен план, написан текст выступления, электронная презентация подготовлена с нарушением методических рекомендаций;
- 5 уровень – составлен план, подготовлена электронная презентация, написан текст выступления.

6.4. Требования к рейтинг-контролю:

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов ТвГУ и Руководством по осуществлению рейтинговой системы оценки качества учебной работы студентов ТвГУ, содержание и организация рейтинг-контроля по дисциплине «Выставочная деятельность» осуществляется по следующей схеме:

	Итоговая аттестация – экзамен
Распределение баллов по модулям	1 модуль – 30, 2 модуль – 30.
Текущий контроль 1 модуля	Работа на практических занятиях 20 – баллов
Рубежный контроль 1 модуля	Письменная работа –10 баллов
Текущий контроль 2 модуля	Работа на практических занятиях 20 – баллов
Рубежный контроль 2 модуля	Письменная работа – 10 баллов

Итоговый контроль - экзамен	40 баллов
Отработка пропущенных мероприятий текущего и рубежного контроля	Разрешается деканатом только по уважительной причине
Условия выставления экзамена по итогам текущего и рубежного контроля	«удовлетворительно» выставляется по желанию студента, набравшего 40 – 54 баллов «хорошо» - выставляется студентам, набравшим 55 – 60 баллов с учетом 15 премиальных баллов Для получения оценки «отлично» студент должен сдавать экзамен
Шкала пересчета рейтинговых баллов в пятибалльную шкалу	Менее 40 баллов – «неудовл.» 40 – 69 – «удовл.» 70 – 84 – «хорошо» 85 – 100 – «отлично»
Пересдача экзамена	Осуществляется в соответствии с Положением о курсовых, экзаменах и зачетах

VII. Материально-техническое обеспечение

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Корпус №1 (г. Тверь, ул. Трехсвятская, 16/31), ауд. 209 (лекционная аудитория, Лаборатория по этнологии и повседневной культуре народов мира)	Парты, стулья, доска, интерактивная доска/ экран, ноутбук и проектор (переносной) Парты, стулья, доска, ноутбук, Телевизор SAMSUNG, муфельная печь, швейная и вышивальная машины	

<p>Корпус №1 (г. Тверь, ул. Трехсвятская, 16/31), ауд. 214 (аудитория для семинарских занятий, Лаборатория «Сувенирная мастерская»)</p>	<p>Портативные компьютеры, клавиатуры, компьютерные мыши, ноутбук и проектор (переносной), стулья, компьютерные столы, доска</p>	
<p>Корпус №1 (г. Тверь, ул. Трехсвятская, 16/31), Ауд. 210 (компьютерный класс: лаборатория по бронированию и резервированию, Аудитория для самостоятельной работы, Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования)</p>		<p>AdobeReader XI (11.0.13) - Russian 6 GoogleChrome 6 Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows антивирус MicrosoftOffice профессиональный – Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017; плюс 2013 – Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017 MicrosoftWindows 10 Enterprise</p>

VIII. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины

№п.п.	Обновленный раздел рабочей программы дисциплины	Описание внесенных изменений	Реквизиты документа, утвердившего изменения
1.			
2.			

