

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Кафедра маркетинга и рекламы

ВЫСТАВОЧНО - КОНГРЕССНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Направленность Маркетинг

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очно-заочная, заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2019

ВЫСТАВОЧНО- КОНГРЕССНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

Канд. технических. наук, доцент

кафедры маркетинга и рекламы РГГУ М.А. Черная

Ответственный редактор

Доктор. наук, профессор

кафедры маркетинга и рекламы РГГУ А.Л. Аббаев

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 11 от _19_06. 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	4
1.1 Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине	5
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
2.. Структура дисциплины	7
3. Содержание дисциплины	8
4. Образовательные технологии	9
5. Оценка планируемых результатов обучения	9
5.1. Система оценивания	9
5.2. Критерии выставления оценок	10
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	12
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	14
6.1. Список источников и литературы	14
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	16
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	17
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	17
9. Методические материалы	19
9.1. Планы практических занятий	19
9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ	27
9.3. Иные материалы	28
Приложения	34
Приложение 1. Аннотация дисциплины	35
Приложение 2. Лист изменений	38

1. Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: получение студентами представлений об организации выставочно-конгрессной деятельности, важнейших этапах истории зарождения, становления как профессии, науки, формы участия; принципы организации.

К основным задачам, решаемым в процессе изучения дисциплины, относятся:

- осуществление выставочно- конгрессной деятельности в соответствии с интересами той или иной области во внешнеэкономической деятельности и региональной социально-экономической политикой;
- создание комплексной системы поддержки региональных участников выставочного процесса: предприятий малого и среднего бизнеса, научно-производственных, общественных и некоммерческих организаций;
- развитие потребительского рынка;
- продвижение товаров и услуг региональных товаропроизводителей на внешние рынки, популяризация той или иной области в субъектах Российской Федерации и за рубежом;
- привлечение внешних инвестиций, увеличение поступления доходов в бюджеты различных уровней и оптимизация интегральной бюджетной отдачи от выставочной деятельности;
- развитие выставочно- конгрессной инфраструктуры, материально-технической и экспозиционной базы;
- создание условий для проведения выставочно- конгрессных мероприятий и презентаций на высоком организационном уровне в соответствии с международными нормами и практикой;
- повышение статуса мероприятий и имиджа той или иной области в целом;
- разработка нормативно-правовых актов в сфере выставочно- конгрессной деятельности в целях создания благоприятных экономических, организационных и иных условий для участников, предоставления информационно-консультативной, маркетинговой, финансовой, дипломатической и других видов помощи;
- подготовка и обучение квалифицированных кадров для выставочно- конгрессной деятельности.

1.2 Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине

Таблица 1

Коды компетенции	Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОК-2	готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	Знать: действия в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения Уметь: действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения Владеть: действиями в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения
ОПК – 1	готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	Знать: коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности Уметь: осуществлять коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности Владеть: коммуникациями в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности
ОПК- 2	готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знать: сферу своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия Уметь: руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные,

		этнические, конфессиональные и культурные различия Владеть: готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ПК-1	способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Знать: управление организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями Уметь: управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями Владеть: способностью управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями

1.3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Выставочно-конгрессная деятельность» является дисциплиной ФТД.В.ДВ.01.02 по направлению подготовки магистров Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент Направленность Маркетинг.

Для освоения дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Разработка коммуникационной стратегии», «Продвижение бренда в социальных сетях», «Промышленный маркетинг», «Алгоритмы разработки маркетинговой стратегии предприятия».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Внутренний маркетинг», «Стратегическое планирование в маркетинге».

Обучающийся должен:

Знать:

- действия в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;
- коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;

- сферу своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- управление организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями

Уметь:

- действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;
- осуществлять коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;
- управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями

Владеть:

- действиями в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;
- коммуникациями в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;
- готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способностью управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями.

2 Структура дисциплины

Структура дисциплины для очно- заочной формы обучения

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа для очно- заочной, заочной форм обучения. В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем: для очно- заочной, формы обучения 16 часов, в том числе лекции – 4 часа, семинарские занятия – 12 час. самостоятельная работа обучающихся для очно- заочной формы обучения -56 часов.

Таблица 2

Структура дисциплины для очно- заочной формы обучения

№	Разделы и темы	Семес тр	Виды учебной работы (в часах)		Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)
			Контактная		

п/п	дисциплины		Лекции	Семинарские занятия	Самостоятельная работа	Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
1.	Тема 1. Основные понятия выставочно-конгрессной деятельности. История возникновения.	5	2	6	28	Собеседование
2.	Тема 2. Участие предприятий в выставочно-конгрессной деятельности. Нормативно-правовая база.	5	2	6	28	Семинар по теме
Итого		-	4	12	56	72
Промежуточная аттестация		Зачет				итоговая контрольная работа/защита проекта/доклад-презентация

Структура дисциплины для заочной формы обучения

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа для заочной формы обучения. В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем: для заочной формы обучения 8 часов, в том числе лекции – 4 часа, семинарские занятия – 4 час. самостоятельная работа обучающихся для заочной формы обучения - 64 часа.

Таблица 2А

Структура дисциплины для заочной формы обучения

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная		Самостояте льная работа	
			Лекции	Семинарские занятия		
1.	Тема 1. Основные понятия выставочно- конгрессной деятельности. История возникновения.		2	2	32	Собеседование
2.	Тема 2. Участие предприятий в выставочно- конгрессной		2	2	32	Семинар по теме

	деятельности. Нормативно- правовая база.					
Итого		-	4	4	64	72
Промежуточная аттестация		Зачет				итоговая контрольная работа/защита проекта/доклад- презентация

3. Содержание дисциплины

Таблица 3

Содержание дисциплины очно- заочная форма обучения

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Тема 1. Основные понятия выставочно- конгрессной деятельности. История возникновения.	Современная концепция ярмарок и выставок. Понятие, классификация и народнохозяйственное значение ярмарок и выставок. Места размещения выставок и ярмарок, формы проведения выставок, виртуальные выставки. Концепция и стратегия развития выставочно-конгрессной деятельности в России.
2	Тема 2. Участие предприятий в выставочно- конгрессной деятельности. Нормативно- правовая база.	Критерии принятия решения об участии компании в выставке. Выбор выставки, оценка шансов на успешное выступление и принятие решения об участии. Подготовительный период (подготовка к выставке). Определение целей и задач, распределение ответственных за работы, выделение средств и т.п. Разработка и утверждение плана работ по подготовке к выставке. Составление сметы затрат и утверждение бюджета на выставку. Отбор экспонатов, оформление и отправка заявки на участие. Оплата аренды выставочной площади и типовых выставочных услуг.

4.Образовательные технологии

Таблица 4

Информационные и образовательные технологии очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебной работы	Информационные и образовательные технологии
----------	----------------------	---------------------	--

1.	Тема 1. Основные понятия выставочно- конгрессной деятельности. История возникновения	Лекция 1. Практическое занятие1. Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
2.	Тема 2. Участие предприятий в выставочно- конгрессной деятельности. Нормативно- правовая база.	Лекция 2. Практическое занятие2. Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Текущий контроль осуществляется в виде оценок контрольной работы и выполнения заданий на практических занятиях. Контрольная работа проводится на первом практическом занятии, выявляет готовность студентов к практической работе и оценивается до 20 баллов. Максимальная оценка выполнения каждого практического занятия – 10 баллов.

Промежуточный контроль знаний проводится в форме итоговой контрольной работы, включающей теоретические вопросы и практическое задание, и оценивается до 40 баллов. В результате текущего и промежуточного контроля знаний студенты получают зачет по курсу.

Таблица 5

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-3)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 4-5)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация		40 баллов
Итого за семестр (дисциплину) <i>зачёт/зачёт с оценкой/экзамен</i>		100 баллов

Оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, набравшему не менее 50 баллов в результате суммирования баллов, полученных при текущем контроле и промежуточной аттестации. Полученный совокупный результат (максимум 100 баллов) конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей 6.

Таблица 6

Традиционная шкала оценок

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82			C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Таблица 7

Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично» / «зачтено (отлично)» / «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
82-68/ С	«хорошо» / «зачтено (хорошо)» / «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворите- льно» / не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. История конгрессно-выставочной деятельности в России и мире. Определения. Классификация выставочных мероприятий, их особенности.
2. Задачи, проблемы и тенденции развития выставочного бизнеса. Роль конгрессно-выставочных мероприятий в обеспечении конкурентоспособности организаций средств размещения.
3. Алгоритм процесса выбора формы, масштаба и тематики конгрессно-выставочного мероприятия. Цели участия и посещения, типы посетителей.
4. Особенности строительно-монтажных работ при организации конгрессно-выставочного мероприятия. Перечень стендовых услуг.
5. Перечень организационных и технических задач при организации конгрессно-выставочного мероприятия. Преимущества и недостатки подготовки выставочного мероприятия собственными силами и обращения к услугам компании-аутсорсера.
6. Особенности отбора и инструктажа персонала. Профессиональные и личностные характеристики персонала.
7. Особенности рекламных и PR технологий при подготовке и во время проведения конгрессно-выставочного мероприятия.
8. Смета расходов конгрессно-выставочного мероприятия.
9. Организация работы выставочно-конгрессного мероприятия. Регистрация и оформление участия в мероприятии. Работа с участниками, посетителями, представителями СМИ.
10. Особенности работы коммерческого и справочно-информационного центра.
11. Деловая, культурная программа, смотры-конкурсы мероприятия. Особенности проведения деловых встреч и организации переговоров во время конгрессно-выставочного мероприятия.
12. Специфика разбора претензий. Способы разрешения технических и организационных проблем, проблем информационной безопасности.

13. Организация и проведение маркетинговых исследований на конгрессно-выставочном мероприятии.
14. Поствыставочная стадия. Роль «тайм-менеджмента» в подготовке и проведении конгрессно-выставочного мероприятия. Послевыставочные технические мероприятия. Работа с клиентами, партнерами, СМИ после конгрессно-выставочного мероприятия.
15. Методы анализа результатов организации и проведения конгрессно-выставочного мероприятия. Причины неудачной организации конгрессно-выставочного мероприятия.
16. Особенности бухгалтерского и налогового учета компаний, организующих выставки
17. Затраты компаний, участвующих в выставках
18. Расчет стоимости участия в выставке
19. Координация выставочной деятельности России со странами СНГ
20. Структуры развития выставочной деятельности на международном уровне

ПРОЕКТНАЯ РАБОТА

Бриф к контрольной работе по дисциплине: «Современная выставочная и конгрессная деятельность» для студентов 4-ого курса «Реклама и связи с общественностью». Работа выполняется в виде презентации (Power Point, PDF). Вам необходимо провести ее публичную защиту перед аудиторией.

Работа оценивается максимум в 40 баллов.

Что нужно сделать?

1. Надо выбрать компанию/организацию, для которой Вы разрабатываете план проведения выставки
2. Выбрать выставку (специализированная, международная, региональная, локальная и т.п.)
3. Подготовить план проведения выставки в форме презентации (не менее 15 и максимум 20 слайдов)
4. Выступить с презентацией, предварительно выслать ее преподавателю и наметить оппонентов.
5. Ваша задача убедить аудиторию в целесообразности предполагаемых расходов и получения планируемого эффекта для вашей компании/организации.

План презентации:

1. **Титульный лист**

ФИО, курс, направление подготовки; компания/организация(экспонент), для которой разрабатывается проект участия в выставке. (1 слайд)

2. **Краткая характеристика экспонента**

Когда основана компания/организация? Вид деятельности и пр.? (1-2 слайда)

3. Название и краткая характеристика выбранной выставки (1-2 слайда)

История выставки. Описать ЦА выставки: как посетителей, так и участников.

Основные конкуренты экспонента на выставке?

4. Цели и задачи участия на данной выставке (1 слайд)

Что получит компания – экспонент от участия на выставке, какой ожидаемый эффект?

Что необходимо для этого сделать, какие шаги?

5. Бюджет на участие в выставке (1 слайд)

Организационный взнос за участие, расходы на изготовление стенда, и пр.

Необходимо максимально ясно отразить все предполагаемые расходы экспонента на затраты по участию в выставке.

6. Макет экспозиции (1-3 слайд)

Подробное описание конструкций стенда, их расположение и значение в экспозиции.

Элементы дизайна стенда. Может быть аналог и что-то.

7. Рекламно-информационные материалы для участия в выставке (1-3 слайд)

Планируемые буклеты, каталоги, листовки и пр., специально разработанные для выставки. Их описание. Какой ЦА они адресованы и пр.

8. Специальные мероприятия на выставке (1-2 слайда)

Предложение и описание специальных акций и пр. дополнительным мероприятиям на стенде экспонента.

9. Проведение маркетинговых исследований, мониторинг цен и др.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1.Список источников и литературы

Источники основные

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч.I и Ч.II. – М.: «Юрайт», 2019
2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе», 2019
3. Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. N 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" , 2019
4. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р-53103-2008 «Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения» - М.: Стандартинформ,
5. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р-53524-2009 «Конгрессная деятельность» - М.: Стандартинформ,

Источники дополнительные

6. Федеральный закон (Проект) «О выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации»
7. Международный кодекс рекламной практики // Карпова С.В. Международное рекламное дело. – М.: Кнорус, 2019. – с. 245-254

Литература основная

8. Александрова Н., Филоненко И. Выставочный менеджмент: Стратегии управления и маркетинговые коммуникации - М: РИА Проэкспо 2015. - 240 с.
9. Аренс У., Вильям Ф. Современная реклама. (Пер. с англ.) - М. : ЭКСМО, 2015. - 875 с.
10. Архангельская И.Б. Интегрированные маркетинговые коммуникации. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 171с.
11. Джефкинс Фрэнк Реклама. Учебник. (Пер. с англ.) - М.: ЮНИТИ-ДАНА, электронный ресурс 2016. – 543 с.
12. Карпова С.В. Международная реклама. Учебник. - М.: Юрайт, 2016. – 506 с.
13. Критсотакис Я.Г. Торговые ярмарки и выставки. Техника участия и коммуникации: (Пер.с греческого). – М.: «Ось-89», 2015. – 352 с.
14. Миллер Стив. Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом (Пер. с англ.) - М.: Издательство: Довгань, 2015. – 128 с.
15. Назаренко Л. Ф. Выставка как инструмент маркетинга. – М. : Филинь, 2013.– 232с.
16. Ромат Е.В., Сендеров Д.В. Реклама: теория и практика: Питер, 2015. - 505 с
17. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: Учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. - М.:Дело АНХ, 2016. - 520 с. ЭБС "znanium.com"
18. Шпаковский В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций / Шпаковский В.О., Чугунова Н.М., Кирильчук И.В., - 3-е изд. - М.:Дашков и Ко, 2017. - 126 с. ЭБС "znanium.com"

Литература дополнительная

19. Алексунин В.А., Дубаневич В.Е., Склад Е.Н. Маркетинговые коммуникации: Практикум. - М.: ИТК «Дашков и Ко», 2015. – 198 с.
20. Абаев А.Л., Алексунин В.А. Международный маркетинг. Учебник. – М.: Юрайт, 2016. – 362 с.
21. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности: Учебное пособие. – М.: Дашков и Ко, 2015. – 356 с.
22. Семенцова Т. Современные технологии выставочного маркетинга // Вопросы экономики. – 2015. – № 3.
23. Кудряшова О. Проблемы выставочного бизнеса в России // Маркетинг в России и за рубежом, 2015 - №3
24. Муромцева, Анна Валерьевна. Искусство презентации: основные правила и практ. рекомендации / А. В. Муромцева. - М.: Флинта: Наука, 2015. - 108с.
25. Музыкант В.Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебное пособие. – М.: РИОР, ИНФРА-М, 2015. – 216 с.

Справочные и информационные издания

26. Маркетинг: большой толковый словарь / под ред. А.П.Панкрухина. — М.: Омега-Л, 2015. – 261 с.
27. Шевченко Д.А. Реклама. Маркетинг. PR : учеб.-справ. пособие : [3000 терминов] - Изд. 3-е, перераб. и доп. - М. РГГУ, 2014. – 591 с.

Интернет-ресурсы

28. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности [Электронный ресурс]
URL:
http://modernlib.ru/books/sergey_berdishev/organizaciya_vistavochnoy_deyatelnosti/read/
29. Бизнес-тренинг. Как готовиться к выставкам и вести себя на стенде [Электронный ресурс] URL: <http://www.ozon.ru/context/detail/id/7071012/?item=2461146>
30. Гусев Э.Б., Прокудин В.А., Салащенко А.Г. Выставочная деятельность в России и за рубежом [Электронный ресурс] URL:
http://www.kodges.ru/nauka/other_nauka/105699-vystavochnaya-deyatelnost-v-rossii-i-za-rubezhom.html
31. Как организовать выставку [Электронный ресурс]
URL: <http://ridjeygroup.narod.ru/news01.html>
32. Как открыть выставку? Готовый бизнес-план бизнес план выставки (организации выставок). [Электронный ресурс] URL: <http://biznes-prost.ru/biznes-plan-biznes-plan-vystavki-organizacii-vystavok.html>
33. Сизов С. Ю. Англо-русский словарь терминов выставочной и конгрессной деятельности / English-Russian Dictionary: Exhibition and Convention Management Terms

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины

Состав современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2019 г.)

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД

	JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. www.exhibitoronline.com
2. www.allexpo.ru
3. www.exponews.ru
4. www.ex-po.ru
5. www.informexpo.ru
6. www.expoweb.com
7. www.marketingpro.ru
8. www.sostav.ru
9. www.raso.ru
10. www.advertology.ru

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для организации процесса обучения необходимы мультимедийные средства обучения (компьютер, проектор, электронная доска), наглядный демонстративный материал, а также специализированное программное обеспечение для анализа данных.

Состав программного обеспечения (ПО) (2019 г.)

Перечень ПО

№п/ п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное

12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;

- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:

- автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
- акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы практических занятий

Практическое занятие № 1

Тема 1. Основные понятия выставочно- конгрессной деятельности. История возникновения

Цель занятия: изучить историю и современную концепция выставок, Их классификацию и особенности проведения.

Форма проведения – Собеседование. Творческая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Современная концепция выставок.
2. Понятие и классификация выставок.
3. Народнохозяйственное значение выставок. Места размещения выставок и ярмарок, формы проведения выставок.
4. Концепция и стратегия развития выставочно-конгрессной деятельности в России. Выставочная деятельность в Москве, Санкт-Петербурге и других городах.
5. Роль государства в организации торговых выставок.
6. Проект Федерального Закона «О выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации».
7. Национальные стандарты выставочной и конгрессной деятельности.
8. История возникновения и развития выставок.
9. Формирование ведущих исторических центров в России и Европе.

Контрольные вопросы:

1. По каким признакам принято классифицировать выставки?
2. Когда и где стали проводиться выставки, с какими целями?
3. Какова история возникновения и развития ярмарок?
4. Какова роль выставок и ярмарок в социальной, культурной и экономической жизни общества?

5. Какие Вам известны крупные конгрессно-выставочные центры в Москве, Санкт-Петербурге и других городах?

Цель занятия: изучить содержание и роль выставочной деятельности как инструмента маркетинга; сущность и принципы организации конгрессной деятельности.

Форма проведения – Собеседование. Творческая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Основные маркетинговые принципы выставок, как совокупности маркетинговых коммуникаций.
2. Определение целей и уровня участия компании в выставке (ярмарке), выбор выставки (ярмарки).
3. Составление предварительного плана и бюджета участия.
4. Оценка возможностей использования различных маркетинговых коммуникаций: PR, ATL, BTL, TTL, IMC, Интернет-коммуникаций.
5. Формы делового общения на выставках (ярмарках)
6. Процесс заключения сделок, контрактов, договоров о намерениях.
7. Значение выставок (ярмарок) для рынков
8. Понятие конгрессной деятельности.
9. Национальный стандарт о конгрессной деятельности.
10. Виды конгрессных мероприятий: конгрессы, съезды, конференции, симпозиумы. Специализированные сооружения и инфраструктура конгрессной деятельности.
11. Логистические задачи проведения конгрессов.

Контрольные вопросы:

1. По каким критериям отбираются экспонаты для ярмарочной экспозиции?
2. Какие виды маркетинговых коммуникаций используют компании-экспоненты?
3. Какие маркетинговые исследования рекомендуется организовывать и проводить во время выставки?
4. Какие маркетинговые результаты участия в выставке(ярмарке) фиксируются, анализируются и оцениваются?
5. Какие примеры конгрессных мероприятий вам известны?

Вопросы для обсуждения:

1) подготовительный период;

- выбор выставки, оценка шансов на успешное выступление и принятие решения об участии;
- разработка и утверждение плана работ по подготовке к выставке.
- составление сметы затрат и утверждение бюджета на выставку.

- отбор экспонатов, оформление и отправка заявки на участие.
- оплата аренды выставочной площади и типовых выставочных услуг.
- подготовка рекламы и персонала для работы на выставке.
- проектирование и согласование стенда с организатором выставки.

2) организация работы на выставке

- оплата аренды выставочной площади и типовых выставочных услуг;
- подготовка рекламы и персонала для работы на выставке;
- оформление выставочного стенда с организатором выставки;
- организация работы стендистов;
- сбор информации, изучение конкурентов, маркетинговый анализ;
- участие в официальном закрытии;

3) послевыставочный период

- демонтаж стенда, вывоз экспонатов;
- отчет о выставке и оформление отчетно-финансовых документов.
- работа с фирмами, зарегистрированными на стенде предприятия.
- послевыставочный анализ и оценка коммерческих результатов.

Контрольные вопросы:

1. Какие общие требования предъявляются к конструкции и оформлению выставочного стенда?
2. В чем заключается подготовка выставочного персонала (стендистов)?
3. Какова методика работы стендистов со случайными посетителями, потенциальными и постоянными клиентами?
4. Какие дополнительные функции выполняют работники выставочного стенда?
5. На чем основывается разработка программы дальнейшего участия в выставках?

Источники основные

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч.I и Ч.II. – М.: «Юрайт», 2019.
2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе», 2019
3. Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. N 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации", 2019
4. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р-53103-2016 «Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения» - М.: Стандартинформ
5. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р-53524-2009 «Конгрессная деятельность» - М.: Стандартинформ

Источники дополнительные

6. Федеральный закон (Проект) «О выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации»
7. Международный кодекс рекламной практики // Карпова С.В. Международное рекламное дело. – М.: Кнорус, 2012. – с. 245-254

Литература основная

34. Александрова Н., Филоненко И. Выставочный менеджмент: Стратегии управления и маркетинговые коммуникации - М: РИА Проэкспо 2015. - 240 с.
35. Аренс У., Вильям Ф. Современная реклама. (Пер. с англ.) - М. : ЭКСМО, 2015. - 875 с.
36. Архангельская И.Б. Интегрированные маркетинговые коммуникации. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 171с.
37. Джефкинс Фрэнк Реклама. Учебник. (Пер. с англ.) - М.: ЮНИТИ-ДАНА, электронный ресурс 2016. – 543 с.
38. Карпова С.В. Международная реклама. Учебник. - М.: Юрайт, 2016. – 506 с.
39. Критсотакис Я.Г. Торговые ярмарки и выставки. Техника участия и коммуникации: (Пер.с греческого). – М.: «Ось-89», 2015. – 352 с.
40. Миллер Стив. Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом (Пер. с англ.) - М.: Издательство: Довгань, 2015. – 128 с.
41. Назаренко Л. Ф. Выставка как инструмент маркетинга. – М. : Филинь, 2015.– 232с.
42. Ромат Е.В., Сендеров Д.В. Реклама: теория и практика: Питер, 2015. - 505 с

Литература дополнительная

43. Алексунин В.А., Дубаневич В.Е., Скляр Е.Н. Маркетинговые коммуникации: Практикум. - М.: ИТК «Дашков и Ко», 2015. – 198 с.
44. Абаев А.Л., Алексунин В.А. Международный маркетинг. Учебник. – М.: Юрайт, 2016. – 362 с.
45. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности: Учебное пособие. – М.: Дашков и Ко, 2015. – 356 с.
46. Семенцова Т. Современные технологии выставочного маркетинга // Вопросы экономики. – 2015. – № 3.
47. Кудряшова О. Проблемы выставочного бизнеса в России // Маркетинг в России и за рубежом, 2015 - №3
48. Муромцева, Анна Валерьевна. Искусство презентации: основные правила и практ. рекомендации / А. В. Муромцева. - М.: Флинта: Наука, 2015. - 108с.
49. Музыкант В.Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебное пособие. – М.: РИОР, ИНФРА-М, 2015. – 216 с.

Справочные и информационные издания

50. Маркетинг: большой толковый словарь / под ред. А.П.Панкрухина. — М.: Омега-Л, 2015. – 261 с.
51. Шевченко Д.А. Реклама. Маркетинг. PR : учеб.-справ. пособие : [3000 терминов] - Изд. 3-е, перераб. и доп. - М. РГГУ, 2014. – 591 с.

Интернет-ресурсы

52. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности [Электронный ресурс] URL: http://modernlib.ru/books/sergey_berdishev/organizaciya_vistavochnoy_deyatelnosti/read/
53. Бизнес-тренинг. Как готовиться к выставкам и вести себя на стенде [Электронный ресурс] URL: <http://www.ozon.ru/context/detail/id/7071012/?item=2461146>
54. Гусев Э.Б., Прокудин В.А., Салащенко А.Г. Выставочная деятельность в России и за рубежом [Электронный ресурс] URL: http://www.kodges.ru/nauka/other_nauka/105699-vystavochnaya-deyatelnost-v-rossii-i-za-rubezhom.html
55. Как организовать выставку [Электронный ресурс] URL: <http://ridjeygroup.narod.ru/news01.html>
56. Как открыть выставку? Готовый бизнес-план бизнес план выставки (организации выставок). [Электронный ресурс] URL: <http://biznes-prost.ru/biznes-plan-biznes-plan-vystavki-organizacii-vystavok.html>
57. Сизов С. Ю. Англо-русский словарь терминов выставочной и конгрессной деятельности / English-Russian Dictionary: Exhibition and Convention Management Terms

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

11. www.exhibitoronline.com
12. www.allexpo.ru
13. www.exponews.ru
14. www.ex-po.ru
15. www.informexpo.ru
16. www.expoweb.com
17. www.marketingpro.ru
18. www.sostav.ru
19. www.raso.ru
20. www.advertology.ru

Семинарское занятие № 2

Тема 2. Участие предприятий в выставочно- конгрессной деятельности.

Вопросы для обсуждения:

1. Рынок выставочных услуг.
2. Экономическое обоснование участия в выставке.
3. Классификация расходов: аренда помещения, разработка стенда, рекламно-информационные и другие.
4. Особенности бухгалтерского и налогового учета компаний, организующих выставки.
5. Методики определения окупаемости затрат и расчета эффективности участия компании в выставке (ярмарке).
6. Характеристика рисков: риски первого приоритета, риски второго приоритета, риски третьего приоритета.
7. Пути снижения выставочного риска, получение дополнительной информации.
8. Диверсификация как метод снижения риска, страхование, создание резерва.

Контрольные вопросы:

1. Какова структура российского и международного рынка выставочных услуг?
2. В каком случае на границе не взимаются таможенные сборы на товары, провозимые для экспонирования на выставке?
3. В чем состоят особенности налогового учета компаний, организующих выставки?
3. Какие комиссионные (в процентах) получает обычно фирма-посредник, обеспечивающая участие в выставке (ярмарке)?
4. В каком соотношении приблизительно распределяются затраты в смете по статьям расходов?
5. Какие пути снижения выставочных рисков наиболее эффективны?

Вопросы для обсуждения:

1. История развития международных и внутренних выставок и ярмарок в зарубежных странах.
2. Всемирные торгово-промышленные выставки конца 19-го века.
3. Современные всемирные выставки формата ЭКСПО.
4. Международные организации, регулирующие всемирную выставочно-ярмарочную индустрию.
5. Международные типы торговых выставок (ярмарок) и конгрессов.
6. Организационные и экономические особенности проведения международных и выставок и ярмарок.
7. Крупнейшие современные специализированные выставочные и конгрессные центры в Европе, Америке, Азии.

Контрольные вопросы:

1. Каковы критерии присвоения выставке (ярмарке) статуса «международная»?

2. В каком городе проводилась Первая всемирная выставка?
3. Какое архитектурное сооружение осталось в Париже «на память» о Четвертой всемирной выставке?
4. Каково содержание и роль Парижского соглашения 1928 года?
5. Какие знаки отличия присуждаются наиболее успешным международным выставкам?
6. В какой стране и городе будет проводиться очередная всемирная выставка ЭКСПО?
7. Какие города Германии являются традиционно ярмарочными центрами?

Нормативно- правовая база .Источники основные

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч.І и Ч.ІІ. – М.: «Юрайт», 2019.
2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе», 2019
3. Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. N 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации", 2019
4. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р-53103-2008 «Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения» - М.: Стандартинформ,
5. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р-53524-2009 «Конгрессная деятельность» - М.: Стандартинформ,

Источники дополнительные

6. Федеральный закон (Проект) «О выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации»
7. Международный кодекс рекламной практики // Карпова С.В. Международное рекламное дело. – М.: Кнорус, 2002. – с. 245-254

Литература основная

8. Александрова Н., Филоненко И. Выставочный менеджмент: Стратегии управления и маркетинговые коммуникации - М: РИА Проэкспо 2015. - 240 с.
9. Аренс У., Вильям Ф. Современная реклама. (Пер. с англ.) - М. : ЭКСМО, 2051. - 875 с.
10. Архангельская И.Б. Интегрированные маркетинговые коммуникации. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 171с.
11. Джефкинс Фрэнк Реклама. Учебник. (Пер. с англ.) - М.: ЮНИТИ-ДАНА, электронный ресурс 2016. – 543 с.
12. Карпова С.В. Международная реклама. Учебник. - М.: Юрайт, 2016. – 506 с.
13. Критсотакис Я.Г. Торговые ярмарки и выставки. Техника участия и коммуникации: (Пер.с греческого). – М.: «Ось-89», 2015. – 352 с.
14. Миллер Стив. Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом (Пер. с англ.) - М.: Издательство: Довгань, 2015 – 128 с.
15. Назаренко Л. Ф. Выставка как инструмент маркетинга. – М. : Филинь, 2013.– 232с.

16. Ромат Е.В., Сендеров Д.В. Реклама: теория и практика: Питер, 2015. - 505 с

Литература дополнительная

17. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности: Учебное пособие. – М.: Дашков и Ко, 2015. – 356 с.
18. Семенцова Т. Современные технологии выставочного маркетинга // Вопросы экономики. – 2015. – № 3.
19. Кудряшова О. Проблемы выставочного бизнеса в России // Маркетинг в России и за рубежом, 2015 - №3
20. Муромцева, Анна Валерьевна. Искусство презентации: основные правила и практ. рекомендации / А. В. Муромцева. - М.: Флинта: Наука, 2015. - 108с.
21. Музыкант В.Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебное пособие. – М.: РИОР, ИНФРА-М, 2015. – 216 с.

Справочные и информационные издания

22. Маркетинг: большой толковый словарь / под ред. А.П.Панкрухина. — М.: Омега-Л, 2015. – 261 с.
23. Шевченко Д.А. Реклама. Маркетинг. PR : учеб.-справ. пособие : [3000 терминов] - Изд. 3-е, перераб. и доп. - М. РГТУ, 2014. – 591 с.

Интернет-ресурсы

24. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности [Электронный ресурс] URL: http://modernlib.ru/books/sergey_berdishev/organizaciya_vistavochnoy_deyatelnosti/read/
25. Бизнес-тренинг. Как готовиться к выставкам и вести себя на стенде [Электронный ресурс] URL: <http://www.ozon.ru/context/detail/id/7071012/?item=2461146>
26. Гусев Э.Б., Прокудин В.А., Салащенко А.Г. Выставочная деятельность в России и за рубежом [Электронный ресурс] URL: http://www.kodges.ru/nauka/other_nauka/105699-vystavochnaya-deyatelnost-v-rossii-i-za-rubezhom.html
27. Как организовать выставку [Электронный ресурс] URL: <http://ridjeygroup.narod.ru/news01.html>
28. Как открыть выставку? Готовый бизнес-план бизнес план выставки (организации выставок). [Электронный ресурс] URL: <http://biznes-prost.ru/biznes-plan-biznes-plan-vystavki-organizacii-vystavok.html>
29. Сизов С. Ю. Англо-русский словарь терминов выставочной и конгрессной деятельности / English-Russian Dictionary: Exhibition and Convention Management Terms

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

21. www.exhibitoronline.com
22. www.allexpo.ru
23. www.exponews.ru
24. www.ex-po.ru
25. www.informexpo.ru
26. www.expoweb.com
27. www.marketingpro.ru
28. www.sostav.ru
29. www.raso.ru
30. www.advertology.ru

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

1. Организация выставочного пространства.
2. Проектирование выставочно-конгрессного мероприятия.
3. Виды современных презентаций и их отличительные особенности.
4. Оценка результатов работы выставочно-конгрессного мероприятия.
5. Специфика подготовки и работы конгрессно-выставочных мероприятий за рубежом.
6. Особенности организации региональных выставочно-конгрессных мероприятий.
7. Особенности организации международных выставочно-конгрессных мероприятий.
8. Факторы готовности средства размещения к ведению выставочно-конгрессной деятельности.
9. Решение организационных и технических вопросов при организации выставочно-конгрессного мероприятия.
10. Выставочно-конгрессная деятельность как эффективный инструмент маркетинга средств размещения.
11. Парижская конвенция 1928г.
12. Таможенные конвенции
13. Выставки стран СНГ и Балтии
14. Контроль за выставочной деятельностью в России и в странах Европы
15. Требования к городу, в котором функционирует выставочный центр мирового масштаба
16. «Выставочные и ярмарочные города» Германии
17. История выставок в Англии
18. Международное торгово-промышленные выставки.
19. Понятие «Трейдinговых выставок»

9.3. Иные материалы

Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Контрольная работа

В раздел включаются требования к подготовке, содержанию, и оформлению письменных работ, предусмотренных учебным планом или рабочей программой (курсовая работа, эссе, реферат, доклад и т.п.)

В процессе подготовки письменной работы (реферата, эссе, контрольной работы, доклад) студенты имеют возможность обосновать свое понимание темы, внести свои предложения. При подготовке письменной работы целесообразно придерживаться следующей схемы изучения вопросов:

уяснение (осмысление), с учетом полученных в Университете знаний, избранной темы письменной работы;

подбор (поиск) необходимой научной, справочной, учебной литературы, статистических и социологических сведений, законодательных и иных нормативных правовых актов, а также иных источников;

анализ и систематизация собранных по теме работы материалов;

подготовка плана написания работы;

написание текста работы в объеме, определяемом видом работы: реферат – 10-15 стр.; эссе – 7-8 стр.; контрольная работа – 3-5 стр.

При сборе материалов для написания работы важно ориентироваться как на современные новейшие нормативные источники (использование нормативных актов в последней редакции), так и на предшествующее законодательство, труды ученых советского периода и основные научные исследования последних 5 лет, а также зарубежный опыт.

Контрольные работы в рамках предметных дисциплин предусматриваются учебным планом.

Контрольные работы являются основной формой промежуточного и итогового контроля преподавателем работы студента по определенному курсу или предмету. Контрольная работа представляет собой письменный ответ на вопрос (решение задачи или выполнение конкретного задания), который рассматривается в рамках одной учебной дисциплины. Содержание ответа на поставленный вопрос включает показ автором знания теории вопроса и понятийного аппарата, понимание механизма реально осуществляемой управленческой практики, выделение ключевых проблем исследуемого вопроса и их решение. Структура (план) письменной контрольной работы может иметь соответствующую рубрикацию.

Контрольные работы по блоку общих профессиональных, специальных дисциплин и дисциплин специализаций, выбранных студентами, оформляются согласно требованиям преподавателей, ведущих предмет.

Оформление работ предусматривает обязательное указание выходных данных следующего содержания: Ф.И.О. студента, номер группы. Работа может быть оформлена на бумаге формата А4,

в соответствии с требованиями, предъявляемыми к рефератам. Пример оформления титульного листа контрольной работы в Приложении 1 на сайте кафедры.

Реферат (доклад)

Реферат (доклад) – это письменная аналитическая работа студента по изучаемому предмету, представляет собой краткое изложение основных взглядов и концепций по определенной теме, проблеме, вопросу, дискуссии или содержанию монографии. Реферат является одной из основных форм самостоятельной работы студентов и средством контроля за усвоением учебного и нормативного материала в объеме, устанавливаемым программой учебной дисциплины. Задача реферата (доклада) – краткое изложение основных точек зрения, существующих в науке на сегодняшний день, однако он может включать элементы исследовательской работы и стать базой для написания курсового и дипломного проекта. Работа студента по написанию реферата (доклада) включает:

- обдуманный выбор темы;
- самостоятельный подбор списка литературы;
- консультацию у преподавателя по списку литературы и плану реферата;
- аналитическое чтение и конспектирование основных источников;
- составление реферата на основе сделанных конспектов;
- оформление текста реферата.

Работа печатается с помощью компьютера шрифтом Times New Roman размером 14 на белой писчей бумаге формата А4 с одной стороны листа с интервалом “1,5” между строками. На одной странице рукописи должно быть не более 30 строк. Страницы должны иметь поля: левое – 35 мм, верхнее – 20 мм, правое – 10 мм, нижнее – 20 мм.

Текст печатается строго в последовательном порядке. Не допускаются разного рода текстовые вставки и дополнения, помещаемые на отдельных страницах или на обратной стороне листа, и переносы кусков текста в другие места. Все сноски и подстрочные примечания печатаются (с меньшим интервалом) на той странице, к которой они относятся и имеют сквозную нумерацию на всем протяжении работы. Сокращения слов в тексте (кроме общепринятых) не допускаются.

Текст работы необходимо разбивать на абзацы, начало которых оформляется с красной строки с отступом 15 мм. Абзацами выделяются тесно связанные между собой и объединённые по смыслу части текста. Они включают несколько предложений, объединённых общей мыслью.

Подбор литературы – это обязанность студента. Преподаватель лишь помогает студенту определить основные направления работы, указывает наиболее важные научные источники, которые следует использовать при её написании, разъясняет, где их можно отыскать.

Объем реферата не менее 20 машинописных страниц (1800 знаков, т.е. 30 строк по 60 знаков). Реферат сдается на скоросшивателе с обложкой (рефераты, скрепленные скрепками, не

принимаются). Оформление титульного листа реферата в Приложении 2 на сайте кафедры. Нумерация страниц сквозная, начинается со второй. На титульный лист нумерация не проставляется. Цифровое обозначение номера находится посередине нижнего поля листа.

Реферат должен иметь стандартную структуру: Титульный лист, Содержание, Введение, Основная часть, Заключение, Список источников и литературы. Во Введении дается обоснование научной или практической значимости избранной темы, определяются границы её рассмотрения, дается описание использованных источников. В основной части, состоящей примерно из 3-4 пунктов, излагаются основные положения, идеи, взгляды, концепции теории по существу выбранной темы. В Заключении формулируются выводы или итоги рассмотрения темы. Здесь дается информация о степени разработанности данной темы, указываются проблемы и, по возможности, пути их решения.

В ходе изложения основного материала следует делать ссылки на источники, из которых берется то или иное положение. Сведения об источниках должны включать: Ф.И.О. автора, заглавие книги, издательство, место и год издания, количество страниц. Сноски оформляются внизу страницы, на которой расположена цитата. Список источников и литературы должен быть сделан согласно правилам.

Оценка реферата предполагает его проверку преподавателем кафедры. Преподаватель отмечает ошибки, допущенные в реферате, разъясняет их. Если реферат полностью не отвечает требованиям написания, он возвращается студенту для переработки.

По результатам реферата проводится собеседование, цель которого проверить знание студентом теоретического материала, установить самостоятельность работы. Реферат считается принятым при его положительной оценке преподавателем учебной дисциплины выдавшем задание. Оценка реферата производится по системе зачет/незачет и оформляется преподавателем в ведомости, хранящейся в учебном отделе.

Эссе

Эссе - очерк, проба, попытка. Представляет собой небольшую, свободного изложения творческую работу, выражающую мнение автора о сущности проблемы. Работа может иметь научный, философский, историко-биографический, публицистический, литературно-критический характер;

Эссе может быть подготовлено в устной или письменной форме. В устной форме подготовленный материал излагается на семинарском занятии. Оцениваются как содержание и глубина анализа проблемы, так и стиль изложения материала: знание и свободное владение научными и нормативными источниками; умение выделить актуальные проблемы и общие закономерности; показ навыков сопоставления и логической увязки государственных решений, законодательных установлений и конкретных практических проблем их реализации; профессионально-юридический характер изложения материала и его аргументированность; яркость, образность, грамотность подачи материала.

В письменном виде объем эссе, как правило, не превышает 5-6 страниц текста и представляется для проверки и оценки преподавателю, который в данной группе проводит семинарские занятия. Тема эссе может быть выбрана студентом как из предлагаемого и рекомендованного кафедрой перечня вопросов для рефератов и эссе, так и самостоятельно может быть предложена автором эссе, исходя из его желания и научного интереса. Новая тема либо освещение новых аспектов одной из предлагаемых кафедрой тем может быть выбрана студентом также и по согласованию с преподавателем.

Другие материалы

Домашнее задание – форма самостоятельной работы студента по подготовке письменной работы либо по теме, предлагаемой преподавателем, либо по одной из тем, предлагаемых кафедрой. Выполнение этой работы предполагает обстоятельное изложение теории вопроса домашнего задания, сравнительный анализ, регулирующих данный вопрос. По своему объему, форме подготовки и по содержанию домашнее задание приближается к требованиям, предъявляемым к реферату.

Если в установленный учебным планом срок студент не подготовил устного выступления и не представил творческую работу в письменном виде, то он признается не выполнившим учебный план и может быть не допущен к зачету по данной учебной дисциплине.

Тема 1. Основные понятия выставочно- конгрессной деятельности. История возникновения.

Современная концепция ярмарок и выставок. Понятие, классификация и народнохозяйственное значение ярмарок и выставок. Места размещения выставок и ярмарок, формы проведения выставок, виртуальные выставки. Концепция и стратегия развития выставочно-конгрессной деятельности в России. Выставочная деятельность в Москве и Санкт-Петербурге. Роль государства в организации торговых выставок. Федеральный закон «О выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации».

История возникновения и развития ярмарок и выставок. Формирование ведущих исторических центров в России и Европе. Основные маркетинговые принципы выставок, как совокупности маркетинговых коммуникаций. Определение целей и уровня участия компании в выставке (ярмарке), выбор выставки (ярмарки). Составление предварительного плана и бюджета участия. Оценка возможностей использования различных маркетинговых коммуникаций: PR, ATL, BTL, TTL, IMC, Интернет-коммуникаций.

Понятие конгрессной деятельности. Национальный стандарт о конгрессной деятельности. Виды конгрессных мероприятий: конгрессы, съезды, конференции, симпозиумы. Тематики конгрессных мероприятий: политические, партийные, научные, дипломатические, бизнес-мероприятия. Специализированные сооружения и инфраструктура конгрессной деятельности. Логистические задачи проведения конгрессов. Координация сервисной, технической, рекламной, информационной, вспомогательной деятельности.

Тема 2. Участие предприятий в выставочно- конгрессной деятельности.

Нормативно- правовая база.

Критерии принятия решения об участии компании в выставке. Выбор выставки, оценка шансов на успешное выступление и принятие решения об участии. Подготовительный период (подготовка к выставке). Определение целей и задач, распределение ответственных за работы, выделение средств и т.п. Разработка и утверждение плана работ по подготовке к выставке. Составление сметы затрат и утверждение бюджета на выставку. Отбор экспонатов, оформление и отправка заявки на участие. Оплата аренды выставочной площади и типовых выставочных услуг.

Подготовка рекламно-информационных материалов и персонала для работы на выставке. Проектирование и согласование стенда с организатором выставки. Монтаж и оформление стенда на выставке, составление плана-графика работы персонала.

Послевыставочный период (демонтаж стенда, вывоз экспонатов). Обработка, анализ и оценка результатов выставки.

Рынок выставочных услуг. Экономическое обоснование участия в выставке. Классификация расходов: аренда помещения, разработка стенда, рекламно-информационные и другие. Особенности бухгалтерского и налогового учета компаний, организующих выставки; учет затрат компаний, участвующих в выставках; стоимость участия в выставке, составление бюджета; оценка требуемой площади стенда. Методики определения окупаемости затрат и расчета эффективности участия компании в выставке (ярмарке). Характеристика рисков: риски первого приоритета, риски второго приоритета, риски третьего приоритета, пути снижения выставочного риска, получение дополнительной информации, диверсификация как метод снижения риска, страхование, создание резерва, принципы управления риском.

Международные соглашения в области выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности. Присуждение знаков отличия, свидетельствующих о признании международной значимости той или иной выставки. Международные организации, регулирующие всемирную выставочно-ярмарочную индустрию: Всемирная ассоциация выставочной индустрии (UFI); Международное бюро выставок; Союз Международных ярмарок; Рабочая группа по международным ярмаркам Комиссии по развитию внешней торговли при ООН.

Международные типы торговых выставок (ярмарок): глобально-мировой; глобально-европейский; евро-мировой; регионально-мировой, евро-региональный; внутри-региональный. Всемирные выставки: история становления и развития. Роль в развитии международных коммуникаций. Первые всемирные выставки 19-го века в Лондоне, Париже, Филадельфии. Современные всемирные выставки формата ЭКСПО: перспективы развития. Крупнейшие специализированные выставочные и конгрессные центры в Европе, Америке, Азии.

ПРИЛОЖЕНИЯ

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Выставочно-конгрессная деятельность» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой маркетинга и рекламы

Цель дисциплины: получение студентами представлений об организации выставочно-конгрессной деятельности, важнейших этапах истории зарождения, становления как профессии, науки, формы участия; принципы организации.

К основным задачам, решаемым в процессе изучения дисциплины, относятся:

- осуществление выставочно- конгрессной деятельности в соответствии с интересами той или иной области во внешнеэкономической деятельности и региональной социально-экономической политикой;
- создание комплексной системы поддержки региональных участников выставочного процесса: предприятий малого и среднего бизнеса, научно-производственных, общественных и некоммерческих организаций;
- развитие потребительского рынка;
- продвижение товаров и услуг региональных товаропроизводителей на внешние рынки, популяризация той или иной области в субъектах Российской Федерации и за рубежом;
- привлечение внешних инвестиций, увеличение поступления доходов в бюджеты различных уровней и оптимизация интегральной бюджетной отдачи от выставочной деятельности;
- развитие выставочно- конгрессной инфраструктуры, материально-технической и экспозиционной базы;
- создание условий для проведения выставочно- конгрессных мероприятий и презентаций на высоком организационном уровне в соответствии с международными нормами и практикой;
- повышение статуса мероприятий и имиджа той или иной области в целом;
- разработка нормативно-правовых актов в сфере выставочно- конгрессной деятельности в целях создания благоприятных экономических, организационных и иных условий для участников, предоставления информационно-консультативной, маркетинговой, финансовой, дипломатической и других видов помощи;
- подготовка и обучение квалифицированных кадров для выставочно- конгрессной деятельности.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- ОК-2 готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения
- ОПК – 1 готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности
- ОПК- 2 готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
- ПК-1 способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- действия в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;
- коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;
- сферу своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- управление организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями

Уметь:

- действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;
- осуществлять коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;
- управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями

Владеть:

- действиями в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;
- коммуникациями в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;
- готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

- способностью управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями.

По дисциплине: «Выставочно-конгрессная деятельность» предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы.

Приложение 2

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1	Приложение №1	27.05.2020	10

1. Образовательные технологии (к п.4 на 2020 г.)

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

2. Перечень БД и ИСС (к п. 6.2 на 2020 г.)

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

3. Состав программного обеспечения (ПО) (к п. 7 на 2020 г.)

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное

7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное