

Частное образовательное учреждение высшего образования
"Ростовский институт защиты предпринимателя"

(г. Ростов-на-Дону)

УТВЕРЖДАЮ

Ректор
Паршина А.А.

**Организация и управление выставочной
деятельностью**
рабочая программа дисциплины (модуля)

Учебный план	38.03.06_ОЗФО_2023.plx 38.03.06 Торговое дело профиль: Закупочная и выставочная деятельность	
Квалификация	бакалавр	
Форма обучения	очно-заочная	
Общая трудоемкость	6 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	216	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		экзамены 6
аудиторные занятия	6	
самостоятельная работа	201	
контактная работа во время промежуточной аттестации (ИКР)	0	
часов на контроль	9	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	13 4/6			
Неделя	уп	рп	уп	рп
Лекции	2	2	2	2
Практические	4	4	4	4
Итого ауд.	6	6	6	6
Контактная работа	6	6	6	6
Сам. работа	201	201	201	201
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	216	216	216	216

Программу составил(и):
к.э.н., Доцент, Черемисова Наталья

Рецензент(ы):
д.э.н., Профессор, Павлюкова Антонина Викторовна

Рабочая программа дисциплины

Организация и управление выставочной деятельностью

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 963)

составлена на основании учебного плана:

38.03.06 Торговое дело

профиль: Закупочная и выставочная деятельность

утвержденного учёным советом вуза от 29.06.2023 протокол № 35.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Маркетинг, реклама и туризм

Протокол от 31.05.2023 г. № 26

Зав. Кафедрой Черемисова Н.Ф.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	- ознакомить студентов с основами выставочного дела, дать практические рекомендации по организации и устройству выставок.
1.2	- формирование у студентов комплексного представления о проблемах изучения современных тенденций развития выставочной деятельности в России и за рубежом; получить теоретические знания и практические навыки в области организации выставочного проекта на высококонкурентном потребительском рынке.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Основы управления проектами
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Маркетинговые исследования
2.2.2	Рекламная деятельность
2.2.3	Торгово-технологическая практика
2.2.4	Управление маркетингом
2.2.5	Бизнес-планирование
2.2.6	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности
2.2.7	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.8	Преддипломная практика

3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ	
---	--

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:	
3.1 Знать	основы выставочной деятельности; проблемы изучения современных тенденций развития выставочной деятельности в России и за рубежом
3.2 Уметь	свободно использовать целый арсенал способов и приемов для проработывания концепции выставочного проекта и анализа его коммерческой состоятельности
3.3 Владеть	законодательной и нормативно-правовой базой выставочной деятельности
ПК-2: Способен выполнять управление проектом торгово-промышленной выставки	
ПК-2.5: Осуществляет организацию работы офиса организационно-профессионального организатора торгово-промышленных выставок во время проведения торгово-промышленной выставки	
ПК-2.6: Анализирует и интерпретирует результаты проведения торгово-промышленной выставки	

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)							
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1.						
1.1	Тема 1. История возникновения, становления и развития выставок и ярмарок в мире и России . /Тема/	6	0				
1.2	Тема 1. История возникновения, становления и развития выставок и ярмарок в мире и России . /Лек/	6	1	ПК-2.5 ПК-2.6	Л1.1 Л1.2		
1.3	Тема 1. История возникновения, становления и развития выставок и ярмарок в мире и России . /Пр/	6	0	ПК-2.5 ПК-2.6	Л1.1 Л1.2		
1.4	Тема 1. История возникновения, становления и развития выставок и ярмарок в мире и России . /Ср/	6	27	ПК-2.5 ПК-2.6	Л1.1 Л1.2		
1.5	Тема 2. Классификация и характеристика выставок и ярмарок. /Тема/	6	0				

1.6	Тема 2. Классификация и характеристика выставок и ярмарок. /Ср/	6	27	ПК-2.5 ПК-2.6	Л1.1 Л1.2		
1.7	Тема 3. Торговые выставки и ярмарки. /Тема/	6	0				
1.8	Тема 3. Торговые выставки и ярмарки. /Ср/	6	27	ПК-2.5 ПК-2.6	Л1.1 Л1.2		
1.9	Тема 4. Выставочная реклама /Тема/	6	0				
1.10	Тема 4. Выставочная реклама /Ср/	6	27	ПК-2.5 ПК-2.6	Л1.1 Л1.2		
1.11	Тема 5. Процесс участия предприятия (фирмы) в работе выставки. /Тема/	6	0				
1.12	Тема 5. Процесс участия предприятия (фирмы) в работе выставки. /Пр/	6	1	ПК-2.5 ПК-2.6	Л1.1 Л1.2		
1.13	Тема 5. Процесс участия предприятия (фирмы) в работе выставки. /Ср/	6	27	ПК-2.5 ПК-2.6	Л1.1 Л1.2		
1.14	Тема 6. Программа выставочного участия и ее выполнение. /Тема/	6	0				
1.15	Тема 6. Программа выставочного участия и ее выполнение. /Пр/	6	1	ПК-2.5 ПК-2.6	Л1.1 Л1.2		
1.16	Тема 6. Программа выставочного участия и ее выполнение. /Ср/	6	38	ПК-2.5 ПК-2.6	Л1.1 Л1.2		
1.17	Тема 7. Подбор и обучение персонала выставки. /Тема/	6	0				
1.18	Тема 7. Подбор и обучение персонала выставки. /Лек/	6	1	ПК-2.5 ПК-2.6	Л1.1 Л1.2		
1.19	Тема 7. Подбор и обучение персонала выставки. /Пр/	6	2	ПК-2.5 ПК-2.6	Л1.1 Л1.2		
1.20	Тема 7. Подбор и обучение персонала выставки. /Ср/	6	28	ПК-2.5 ПК-2.6	Л1.1 Л1.2		
1.21	/Экзамен/	6	9	ПК-2.5 ПК-2.6	Л1.1 Л1.2		

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Вопросы для экзамена

- 1.Зарождение и развитие выставочной деятельности.
- 2.Понятие «выставка». Функции выставок в современном обществе.
- 3.Международные классификации выставок. Типы выставок в России.
- 4.Выставки как инструмент маркетинга.
- 5.Основные направления работ по организации участия в выставке.
- 6.Планирование действий персонала на выставке.
- 7.Реклама на выставках и ярмарках.
- 8.Требования к стендисту и формы его работы на выставке.
- 9.Изучение достижений конкурентов на выставке.
- 10.Стендист –консультант, рекламист, продавец.
- 11.Типы посетителей коммерческих выставок и стратегии работы с каждым из них.
- 12.Как привлечь на стенд посетителей выставки.
- 13.Виды выставочных услуг.
- 14.Три слагаемых успеха торговой выставки.
- 15.Требования к выставочному киоску
- 16.Альтернатива экспозиции.
- 17.Отношение к рекламной продукции, раздаваемой на выставках.
- 18.Правила связи с общественностью и средствами массовой информации.
- 19.Организация протокольных мероприятий во время проведения выставки.
- 20.Визовая поддержка приезжающих на выставку экспонентов и посетителей.
- 21.Понятия «экспонент», «экспонат», «выставка», «ярмарка», «посетитель выставки».

22. Обучение персонала для работы на коммерческой выставке.
23. Особенности позиционирования своей фирмы, города, страны на выставочных форумах за рубежом.
24. Паспортные формальности.
25. Определение целей участия в выставке.
26. Организация культурно-досуговых программ для участников выставочных мероприятий.
27. Экспозиционные площади выставочных центров Самары.
28. Символика как ресурс формирования имиджа выставочных товаров и услуг. Использование символики в оформлении выставочных стендов.
29. Анализ работы на выставке и подготовка отчета стендиста.
30. Разработка портфельного текста стендиста. Особенности приемов рассказа на стенде.

5.2. Темы письменных работ

Темы рефератов по дисциплине Организация и управление выставочной деятельностью

1. Зарождение и развитие выставочной деятельности.
2. Понятие «выставка». Функции выставок в современном обществе.
3. Международные классификации выставок. Типы выставок в России.
4. Выставки как инструмент маркетинга.
5. Основные направления работ по организации участия в выставке.
6. Планирование действий персонала на выставке.
7. Реклама на выставках и ярмарках.
8. Требования к стендисту и формы его работы на выставке.
9. Изучение достижений конкурентов на выставке.
10. Стендист – консультант, рекламист, продавец.
11. Типы посетителей коммерческих выставок и стратегии работы с каждым из них.
12. Как привлечь на стенд посетителей выставки.
13. Виды выставочных услуг.
14. Три слагаемых успеха торговой выставки.
15. Требования к выставочному киоску
16. Альтернатива экспозиции.
17. Отношение к рекламной продукции, раздаваемой на выставках.
18. Правила связи с общественностью и средствами массовой информации.
19. Организация протокольных мероприятий во время проведения выставки.
20. Визовая поддержка приезжающих на выставку экспонентов и посетителей.
21. Понятия «экспонент», «экспонат», «выставка», «ярмарка», «посетитель выставки».
22. Обучение персонала для работы на коммерческой выставке.
23. Особенности позиционирования своей фирмы, города, страны на выставочных форумах за рубежом.
24. Паспортные формальности.
25. Определение целей участия в выставке.
26. Организация культурно-досуговых программ для участников выставочных мероприятий.
27. Экспозиционные площади выставочных центров Самары.
28. Символика как ресурс формирования имиджа выставочных товаров и услуг. Использование символики в оформлении выставочных стендов.
29. Анализ работы на выставке и подготовка отчета стендиста.
30. Разработка портфельного текста стендиста. Особенности приемов рассказа на стенде.

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств по дисциплине Организация и управление выставочной деятельностью:

1) оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости:

- устный и письменный опрос,
- собеседование,
- реферативное задание,
- кейсы (ситуационные задания),
- круглый стол,
- дискуссия,
- коллоквиум,
- тестовое задание,
- контрольная работа,

2) оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме: контрольных вопросов и заданий для экзамена, зачета.

5.4. Перечень видов оценочных средств

<ul style="list-style-type: none"> - экзамены; - курсовые работы; - решение задач; - тестирование; - доклады; - рефераты.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Петелин В. Г.	Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник	Москва: Юнити, 2015
Л1.2	Докашенко Л. В.	Экономика и организация конгрессно-выставочной деятельности: учебное пособие	Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2015

6.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

6.3.2.1	2. Информационная справочная система «Гарант»
6.3.2.2	1. Справочная Правовая Система КонсультантПлюс

7. МТО (оборудование и технические средства обучения)

№	Назначение	Оборудование	ПО	Адрес	Вид
46\2	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации,	Демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия Специализированная мебель: стол – 15 шт., стул – 30 шт., доска – 1 шт.,		344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский район, ул. Сержантова, 2/104	

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина «Организация и управление выставочной деятельностью» включена в дисциплины по выбору вариативной части ОПОП ВО. К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины относятся знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения таких учебных дисциплин, как «Иностранный язык», «Социология». Изучение данной дисциплины является основой для последующего изучения дисциплины «Рекламной деятельности», «Менеджмент», «Маркетинговые коммуникации», «Организация и технология торговли.». Компетенции, освоенные в ходе изучения дисциплины, потребуются в ходе прохождения практики.