

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Безуглая Наталья Сергеевна


Должность: И. о. заведующей кафедрой социально-культурной деятельности

Дата подписания: 25.08.2020 19:36:11

Уникальный программный ключ:

c6352254e66186ec06e940c4e114af5721f79987

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**
ФАКУЛЬТЕТ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ТУРИЗМА
КАФЕДРА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой СКД
 И.Н. Шамрай
25 августа 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.05 «ТЕХНОЛОГИИ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Направление подготовки: 51.03.03 Социально-культурная деятельность

Профиль подготовки:

Менеджмент социально-культурной деятельности,

Квалификация (степень) выпускника:

БАКАЛАВР СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Форма обучения: **ОЧНАЯ, ЗАОЧНАЯ**

**Краснодар
2020**

Рабочая программа предназначена для преподавания дисциплины «Технологии выставочной деятельности», которая входит в состав дисциплины по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 Дисциплины (модули) студентам очной и заочной форм обучения по направлению подготовки 51.03.03 - Социально-культурная деятельность в 7 и 8 семестрах.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 6 декабря 2017 г. приказ № 1179, и основной образовательной программой.

Рецензенты:

Кандидат исторических наук, доцент кафедры визуальных коммуникаций Краснодарского государственного института культуры

А.В.Кудинова

Ученый секретарь Южного филиала Российского НИИ культурного и природного наследия, кандидат исторических наук

А.В.Крюков

Составитель:

М.С.Симонян, кандидат исторических наук, доцент кафедры Социально-культурной деятельности Краснодарского государственного института культуры

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры Социально-культурной деятельности «25» августа 2020 г., протокол № 1.

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» 26 августа 2020 года, протокол № 1.

© М.С.Симонян, 2020

© ФГБОУВО «КГИК», 2020

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	4
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	5
4. Структура и содержание и дисциплины	5
4.1. Структура дисциплины:	5
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	7
5. Образовательные технологии	25
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	25
6.1. Контроль освоения дисциплины	25
6.2. Оценочные средства	25
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины (модуля)	32
7.1. Основная литература	32
7.2. Дополнительная литература	32
7.3. Периодические издания	33
7.4. Интернет-ресурсы	34
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	35
7.6. Программное обеспечение	38
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	39
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)	40

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Технологии выставочной деятельности» изучение теории, истории и практики зарубежной и отечественной выставочной деятельности. Большое место в данной дисциплине отводится методологии и разработке выставок.

При изучении курса «Технологии выставочной деятельности» уделяется внимание овладению теоретическими положениями и приобретению практических навыков, успешного применения их в последующей работе.

Задачи: комплексно рассмотреть формирование современных концепций в выставочном деле, классификацию, виды, технологии организации современных выставок, практические и теоретические результаты претворения в жизнь выставочных программ, сформировать у студентов целостное представление о выставочном деле.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

В соответствии со структурой учебного плана по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность и профиль подготовки Менеджмент социально-культурной деятельности, дисциплина «Технологии выставочной деятельности» входит в состав дисциплин по выбору Вариативной части Блока 1 Дисциплины (модули).

Дисциплины, необходимые для освоения данной учебной дисциплины:

- Менеджмент рекреационных объектов;
- Event-менеджмент;
- Маркетинг в социально-культурной сфере;
- Маркетинговые коммуникации в социально-культурной сфере;
- Экскурсионный сервис в социально-культурной деятельности.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

- дисциплина входит в заключительный цикл образовательного процесса и предназначена для дальнейшего образования в магистратуре.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

Компетенция	Индикаторы		
	знает	умеет	владеет
ПК-1 Способен использовать теоретические знания и технологии социально-культурной деятельности для	<ul style="list-style-type: none">• общие принципы, методы и формы построения экспозиций музеев; особенности	<ul style="list-style-type: none">• идентифицировать потребности и интересы разных социально-экономических групп	<ul style="list-style-type: none">• навыками организации и проведения выставочных мероприятий

проведения культурно-просветительной работы, организации досуга населения, обеспечения условий для реализации социально культурных инициатив	территориального размещения основных выставочных центров в России и мире в целом	в выставочной деятельности, предлагать механизмы их взаимодействия между собой в контексте развития выставочного дела	применением технологий социокультурной деятельности
--	--	---	---

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетные единицы (216 часов).

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Л	ПЗ	ИЗ	СР	
1.	Часть 1. Технологии выставочной деятельности	7	1-17	32	32		44	Задания для конспектирования, опрос, дискуссия, дебаты.
		7						Зачет
2.	Часть 2. Технологии выставочной деятельности	8	1-17	24	24		24	Задания для конспектирования, опрос, дискуссия, дебаты.
		8		36				экзамен
	ИТОГО			56	56		68	216

Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Л	ПЗ	ИЗ	СР	
1.	Часть 1. Технологии выставочной деятельности	7		12	12		78	Задания для конспектирования, опрос, дискуссия, дебаты.
		7						Зачет
2.	Часть 2.	8		12	12		36	Задания для

	Технологии выставочной деятельности							конспектирования, опрос, дискуссия, дебаты.
		8		36				экзамен
	ИТОГО			24	24		114	216

4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы

Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов /з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
7 семестр			
Тема 1.1. Предмет и задачи курса. Выставочное дело и понятие выставка.	<u>Лекция:</u> Выставка - источник информации о развитии отрасли, отдельных организаций, эффективным инструментом маркетинга. Эмпирические исследования, анализа выставочной деятельности предприятий. Эмпирические исследования, фокусирующиеся в основном на общих вопросах организации выставочной деятельности и затрагивающие некоторые аспекты выставочной деятельности как канала маркетинговой коммуникации. Экспонат. Экспозиционный материал. Тематическая структура.	4	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> не предусмотрены	-	
	Самостоятельная работа Изучение лекционного материала Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов	4	
Тема 1.2. История международной и отечественной выставочной деятельности.	<u>Лекция:</u> История домусейной выставочной деятельности. Всемирные выставки и их итоги. История выставочной деятельности в России. Всероссийская сельскохозяйственная выставка в С.-Петербурге 1860 года. Всероссийская этнографическая выставка 1867 года.	6	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Домусейная выставочная деятельность. 2. История выставочной деятельности в странах Европы. 3. История выставочной деятельности в США и Канаде. 4. История выставочной деятельности в странах Азии. 5. История выставочной деятельности в Австралии. 6. Периодизация развития истории выставочной деятельности в России.	4	
	Самостоятельная работа Изучение лекционного материала Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов	4	

<p>Тема 1.3. Определение, структура и виды выставочных центров.</p>	<p><u>Лекция:</u> Выставка и ярмарка. Крупные международные выставки, межрегиональные, городские и иные выставки, специализированные выставки-салоны, торговые и промышленные ярмарки, и другие. Функции выставок - инструмент маркетинга, ценообразования, привлечения инвестиций, поиска партнеров и других, инновационно-технологическая направленность. Выставки/ярмарки принято классифицировать по пяти основным признакам: - по географическому составу экспонентов (в зависимости от того, какие страны/регионы они представляют) - всемирные, международные, с международным участием, национальные, межрегиональные, местные (региональные); - по тематическому (отраслевому) признаку - универсальные, специализированные (многоотраслевые и отраслевые); - по значимости мероприятия для экономики города/региона/страны – выставки федерального значения, выставки межрегионального значения, выставки регионального значения, выставки местного значения; - по территориальному признаку (на, территории какой страны проводится выставочное мероприятие) - выставки, проводимые внутри страны, выставки проводимые на территории других стран; - по времени функционирования (в зависимости от продолжительности работы) постоянно действующие, временные, краткосрочные. Организаторы выставочно-ярмарочных мероприятий: федеральные органы исполнительной власти и органы исполнительной власти субъектов Федерации; выставочные организации; торгово-промышленные палаты (ТПП); ассоциации; прочие организации различных форм собственности, для которых организация выставочных мероприятий не является основной деятельностью. Выставочная индустрия развитых стран. Современный этап развития выставочно-ярмарочной деятельности в России. Нерешенные проблемы выставочно-ярмарочной деятельности.</p>	4	ПК-1
	<p><u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Различия между выставкой и ярмаркой. 2. Международные выставки. 3. Межрегиональные выставки. 4. Местные выставки. 5. Выставки-салоны. 6. Выставочные центры. 7. Участие торгово-промышленных палат в организации выставок.</p>	6	

	8. Выставки-аукционы. Самостоятельная работа Изучение лекционного материала Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов	4	
Тема 1.4. Выставка в системе маркетинговых коммуникаций.	<u>Лекция:</u> Под маркетинговыми коммуникациями подразумевается совокупность маркетинговых мероприятий, способствующая продвижению товара или услуги к конечному потребителю. Традиционно в рамках этого подхода выделяют четыре основных средства коммуникации: рекламу; формирование общественного мнения; персональные продажи; стимулирование сбыта.	2	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Реклама выставки. 2. Выставочная коммуникация.	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение лекционного материала Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов	4	
Тема 1.5. Специфика выставочной деятельности компании-экспонента.	<u>Лекция:</u> Круг организаций и лиц участников выставочного процесса. Основные направления PR работы на выставочном поле. Цели деятельности выставочной организации в области PR. Деловая репутация компании-организатора. Основные инструменты, используемые при создании положительного образа компании-организатора. Работа с профессиональными и общественными отраслевыми объединениями.	2	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Участники выставки. 2. PR работа на выставке. 3. Деловая репутация компании-организатора. 4. Основные инструменты, используемые при создании положительного образа компании-организатора. 5. Работа с профессиональными и общественными отраслевыми объединениями.	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение лекционного материала Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к семинарским и практическим занятиям Подготовка к дискуссии методом активного диалога	4	
Тема 1.6 Организация	<u>Лекция:</u> Классификация музейных выставок. Темы и идеи,	2	ПК-1

музейных выставок.	целевые установки будущей экспозиции, отбор предметов для экспозиции, их интерпретация и группировка. Виды экспонатов. Текстовый материал. Методические приемы оформления музейной выставки. Тематико-экспозиционный план. Заключительный этап.		
	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Классификация музейных выставок. 2. Виды экспонатов. 3. Отбор музейных предметов для организации выставки. 4. Оформление музейной выставки. 5. Музейный дизайн.	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение лекционного материала Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к дискуссии методом активного диалога	4	
Тема 1.7. Выставочная деятельность как феномен музейной коммуникации.	Лекция: не предусмотрена	-	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Традиционные принципы классификации музейных выставок, их специфика и концепция. 2. Нетрадиционные принципы классификации музейных выставок - кинетические (стационарные, немuseumные стационарные, выездные, передвижные и передвижные выставки облегченного типа) и языковые (коллекционные, иллюстративно-тематические, коллекционно-тематические, музейно-образные, художественно-мифологические выставки). 3. Организация выставочной деятельности различного уровня (международные, городские и др.). 4. Выставочная деятельность в музеях: исторического, художественного, литературного, естественнонаучного профиля.	4	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	4	
Тема 1.8. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга.	Лекция: не предусмотрена	-	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Основные принципы маркетинга. 2. Выставки среди инструментов маркетинга. 3. Определение целей участия в маркетинге. 4. Осмысление решения об участии в выставке. 5. Выбор выставки	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной	4	

	<p>литературы</p> <p>Изучение информации интернет-ресурсов</p> <p>Подготовка к практическим занятиям</p> <p>Подготовка к коллективной дискуссии</p>		
<p>Тема 1.9.</p> <p>Выставочная деятельность Всероссийского выставочного центра (ВВЦ).</p>	<p>Лекция:</p> <p>История создания ВВЦ. «Парк научных приключений». Культурно-массовые и спортивных мероприятий проводимые в ВВЦ. Выставочная деятельность ВВЦ. Программы развития ВВЦ.</p>	4	ПК-1
	<p><u>Практические занятия (семинары)</u></p> <p>1. История создания ВВЦ.</p> <p>2. «Парк научных приключений».</p> <p>3. Культурно-массовые и спортивных мероприятий проводимые в ВВЦ.</p> <p>4. Выставочная деятельность ВВЦ.</p> <p>5. Программы развития ВВЦ.</p>	2	
	<p><u>Самостоятельная работа</u></p> <p>Изучение информации основной и дополнительной литературы</p> <p>Изучение информации интернет-ресурсов</p> <p>Подготовка к практическим занятиям</p>	5	
<p>Тема 1.10.</p> <p>Организационный процесс при участии в выставке.</p>	<p>Лекция:</p> <p>Планирование процесса при участии в выставке. Формы участия в выставке. Выбор экспонатов и выставочной программы. Регистрация и оформление участия в выставке. Значение выставочного стенда при организационном процессе. Выставочная стадия. Работа на стенде. Особенности работы на стенде. Обработка данных об экспонентах и посетителях.</p>	4	ПК-1
	<p><u>Практические занятия (семинары)</u></p> <p>1. Планирование процесса при участии в выставке.</p> <p>2. Формы участия в выставке.</p> <p>3. Выбор экспонатов и выставочной программы.</p> <p>4. Регистрация и оформление участия в выставке.</p> <p>5. Значение выставочного стенда при организационном процессе.</p> <p>6. Выставочная стадия. Работа на стенде</p> <p>7. Особенности работы на стенде.</p> <p>8. Обработка данных об экспонентах и посетителях.</p>	4	
	<p><u>Самостоятельная работа</u></p> <p>Изучение информации основной и дополнительной литературы</p> <p>Изучение информации интернет-ресурсов</p> <p>Подготовка к практическим занятиям</p> <p>Подготовка к коллективной дискуссии</p>	4	
<p>Тема 1.11.</p>	<p>Лекция: не предусмотрена</p>	-	ПК-1

<p>Экономический анализ рисков выставочного участия. Экономические аспекты выставочной деятельности. Стоимость участия в выставке.</p>	<p><u>Практические занятия (семинары)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Характеристика рисков. 2. Пути снижения выставочного риска. 3. Особенности бухгалтерского и налогового учета у фирм, организующих выставки. 4. Особенности бухгалтерского и налогового учета затрат у фирм, участвующих в выставках. 5. Стоимость участия в выставке. Составление бюджета. 6. Оценка требуемой площади стенда. 	4	
	<p><u>Самостоятельная работа</u></p> <p>Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии</p>	4	
Вид промежуточного контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)			зачет
8 семестр			
<p>Тема 2.1. Экономические аспекты выставочной деятельности. Стоимость участия в выставке. Составление бюджета.</p>	<p><u>Лекция:</u> Бухгалтерский учет, налоговый учет при организации выставки. Грамотное распределение средств при организации выставки. Оценка требуемых выставочных площадей. Бюджет выставки.</p>	2	ПК-1
	<p><u>Практические занятия (семинары)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности бухгалтерского и налогового учета у фирм, организующих выставки. 2. Особенности бухгалтерского и налогового учета затрат у фирм, участвующих в выставках. 3. Стоимость участия в выставке. Составление бюджета. 4. Оценка требуемой площади стенда. 	2	
	<p><u>Самостоятельная работа</u></p> <p>Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии</p>	2	
<p>Тема 2.2. Инфраструктура выставочной деятельности.</p>	<p><u>Лекция:</u> Определение выставочной инфраструктуры. ТПП и их роль в выставочной деятельности. Структуры координирующие выставочно-ярмарочную деятельность.</p>	2	ПК-1

Структуры, координирующие выставочную и галерейную деятельность	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Понятие инфраструктуры. 2. Координация выставочной деятельности России. 3. Структуры, способствующие развитию и координирующие выставочную деятельность на международном уровне. 4. Координация галерейной деятельности России. 5. Законодательная база РФ в области выставочной деятельности.	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	2	
Тема 2.3. Международные соглашения в области выставочной деятельности	<u>Лекция:</u> Международные соглашения в области выставочной деятельности: эволюция их развития. Международные организации регулирующие выставочную деятельность.	2	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Парижская конвенция 1928 года. 2. Таможенные конвенции. 3. Правила ввоза вывоза культурных ценностей. 4. Иные международные правовые соглашения регулирующие выставочную деятельность	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	2	
Тема 2.4. Управление выставочной деятельности в России и странах СНГ.	<u>Лекция:</u> Российское законодательство в области регулирования выставочной деятельностью. Межгосударственные соглашения в области совместного регулирования выставочной деятельности в СНГ. Структура управления выставочной деятельности в странах СНГ.	2	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Разработка управленческих решений в организации выставочной деятельности в Москве. 2. Российский научно-информационный выставочный центр по архитектуре и строительству ОАО «Росстройэкспо». 3. Центр международной торговли и научно-технических связей с зарубежными странами (АО «Совинцентр») и др.	2	

	<p><u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии</p>	2	
<p>Тема 2.5. Выставочная деятельность в регионах России.</p>	<p><u>Лекция:</u> Специфика размещения выставочных центров в регионах России. Крупнейшие выставочные центры в России. Роль СКД в организации выставочной деятельности в регионах РФ.</p>	2	ПК-1
	<p><u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Характеристики и тенденции выставочной деятельности в регионах России. 2. Выставочные комплексы и сервисные центры. 3. Выставочный центр «Краснодар-ЭКСПО» и др.</p>	4	
	<p><u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии</p>	4	
<p>Тема 2.6. Крупнейшие выставочные территории мира.</p>	<p><u>Лекция:</u> История возникновения крупнейших выставочных центров в мире. Специфика размещения крупнейших выставочных центров в мире. Специализация крупнейших выставочных центров.</p>	4	ПК-1
	<p><u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Роль государства в организации торговых выставок. 2. Выставочные комплексы Европы. 3. Выставочные центры Азии. 4. Выставочные комплексы Северной и Южной Америки. 5. Выставочные комплексы Австралии.</p>	4	
	<p><u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии</p>	4	
<p>Тема 2.7 Особенности международных выставок в системе туристического</p>	<p><u>Лекция:</u> Характеристика туристической выставки: ее специфика и особенности. Размещение крупнейших международных центров по организации туристических выставок. Роль туристической выставки в развитии туризма.</p>	4	ПК-1

маркетинга.	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Роль туристических выставочных мероприятий в системе маркетинговых коммуникаций. 2. Процесс организации туристической фирмы в работе выставки. 3. Работа персонала туристического предприятия во время международной	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	2	
Тема 2.8. Общая характеристика выставочной деятельности музея.	Лекция: Выставка как первый этап формирования нового музея. Выставки тематические, фондовые и отчетные. Выставка в музее как форма публикации музейных коллекций. Система выставок как специфическая форма функционирования музейной экспозиции.	2	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Выставка как первый этап формирования нового музея. 2. Выставки тематические, фондовые и отчетные. 3. Выставка в музее как форма публикации музейных коллекций. 4. Система выставок как специфическая форма функционирования музейной экспозиции.	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	2	
Тема 2.9. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации.	Лекция: Общие положения. Состояние выставочно-ярмарочной деятельности и основные показатели ее развития. Нормативно-правовая база выставочно-ярмарочной деятельности. Государственная координация и поддержка выставочно-ярмарочной деятельности.	2	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Общие положения. 2. Состояние выставочно-ярмарочной деятельности и основные показатели ее развития. 3. Нормативно-правовая база выставочно-ярмарочной деятельности. 4. Государственная координация и поддержка выставочно-ярмарочной деятельности.	2	

	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	2	
Тема 2.10. Выставочное оборудование	Лекция: Витрины, стенды, планшеты и т. д. Осветительная аппаратура. Противопожарное и охранное оборудование. Передвижные музеи. Техника безопасности при работе с оборудованием и техническими средствами. Аудио-фоно-визуальные средства.	2	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Витрины, стенды, планшеты и т. д. 2. Осветительная аппаратура. 3. Противопожарное и охранное оборудование. 4. Передвижные музеи. 5. Техника безопасности при работе с оборудованием и техническими средствами. 6. Аудио-фоно-визуальные средства.	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	2	
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)		36	экзамен
ВСЕГО:		216	

Заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов /з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
7 семестр			
Тема 1.1. Предмет и задачи курса. Выставочное дело и понятие выставка.	<u>Лекция:</u> Выставка - источник информации о развитии отрасли, отдельных организаций, эффективным инструментом маркетинга. Эмпирические исследования, анализа выставочной деятельности предприятий. Эмпирические исследования, фокусирующиеся в основном на общих вопросах организации выставочной деятельности и затрагивающие некоторые аспекты выставочной деятельности как канала маркетинговой коммуникации. Экспонат. Экспозиционный материал. Тематическая структура.	2	ПК-1

	<u>Практические занятия (семинары)</u> не предусмотрены	-	
	Самостоятельная работа Изучение лекционного материала Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов	7	
Тема 1.2. История международной и отечественной выставочной деятельности.	<u>Лекция:</u> История домусейной выставочной деятельности. Всемирные выставки и их итоги. История выставочной деятельности в России. Всероссийская сельскохозяйственная выставка в С.-Петербурге 1860 года. Всероссийская этнографическая выставка 1867 года.	2	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Домусейная выставочная деятельность. 2. История выставочной деятельности в странах Европы. 3. История выставочной деятельности в США и Канаде. 4. История выставочной деятельности в странах Азии. 5. История выставочной деятельности в Австралии. 6. Периодизация развития истории выставочной деятельности в России.	2	
	Самостоятельная работа Изучение лекционного материала Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов	7	
Тема 1.3. Определение, структура и виды выставочных центров.	<u>Лекция:</u> Выставка и ярмарка. Крупные международные выставки, межрегиональные, городские и иные выставки, специализированные выставки-салоны, торговые и промышленные ярмарки, и другие. Функции выставок - инструмент маркетинга, ценообразования, привлечения инвестиций, поиска партнеров и других, инновационно-технологическая направленность. Выставки/ярмарки принято классифицировать по пяти основным признакам: - по географическому составу экспонентов (в зависимости от того, какие страны/регионы они представляют) - всемирные, международные, с международным участием, национальные, межрегиональные, местные (региональные); - по тематическому (отраслевому) признаку - универсальные, специализированные (многоотраслевые и отраслевые); - по значимости мероприятия для экономики города/региона/страны – выставки федерального значения, выставки межрегионального значения, выставки регионального значения, выставки местного значения;	2	ПК-1

	<p>- по территориальному признаку (на, территории какой страны проводится выставочное мероприятие) - выставки, проводимые внутри страны, выставки проводимые на территории других стран;</p> <p>- по времени функционирования (в зависимости от продолжительности работы) постоянно действующие, временные, краткосрочные.</p> <p>Организаторы выставочно-ярмарочных мероприятий: федеральные органы исполнительной власти и органы исполнительной власти субъектов Федерации; выставочные организации; торгово-промышленные палаты (ТПП); ассоциации; прочие организации различных форм собственности, для которых организация выставочных мероприятий не является основной деятельностью.</p> <p>Выставочная индустрия развитых стран. Современный этап развития выставочно-ярмарочной деятельности в России. Нерешенные проблемы выставочно-ярмарочной деятельности.</p>		
	<p><u>Практические занятия (семинары)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Различия между выставкой и ярмаркой. 2. Международные выставки. 3. Межрегиональные выставки. 4. Местные выставки. 5. Выставки-салоны. 6. Выставочные центры. 7. Участие торгово-промышленных палат в организации выставок. 8. Выставки-аукционы. 	2	
	<p>Самостоятельная работа</p> <p>Изучение лекционного материала</p> <p>Изучение информации основной и дополнительной литературы</p> <p>Изучение информации интернет-ресурсов</p>	8	
<p>Тема1.4. Выставка в системе маркетинговых коммуникаций.</p>	<p><u>Лекция:</u> Под маркетинговыми коммуникациями подразумевается совокупность маркетинговых мероприятий, способствующая продвижению товара или услуги к конечному потребителю. Традиционно в рамках этого подхода выделяют четыре основных средства коммуникации: рекламу; формирование общественного мнения; персональные продажи; стимулирование сбыта.</p>	2	ПК-1
	<p><u>Практические занятия (семинары)</u> Не предусмотрены</p>	-	
	<p><u>Самостоятельная работа</u></p> <p>Изучение лекционного материала</p> <p>Изучение информации основной и дополнительной литературы</p> <p>Изучение информации интернет-ресурсов</p>	7	

Тема 1.5. Специфика выставочной деятельности компании-экспонента.	<u>Лекция:</u> Не предусмотрена.	-	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Участники выставки. 2. PR работа на выставке. 3. Деловая репутация компании-организатора. 4. Основные инструменты, используемые при создании положительного образа компании-организатора. 5. Работа с профессиональными и общественными отраслевыми объединениями.	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение лекционного материала Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к семинарским и практическим занятиям Подготовка к дискуссии методом активного диалога	7	
Тема 1.6 Организация музейных выставок.	<u>Лекция:</u> Не предусмотрена	-	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Классификация музейных выставок. 2. Виды экспонатов. 3. Отбор музейных предметов для организации выставки. 4. Оформление музейной выставки. 5. Музейный дизайн.	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение лекционного материала Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к дискуссии методом активного диалога	7	
Тема 1.7. Выставочная деятельность как феномен музейной коммуникации.	Лекция: не предусмотрена	-	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Традиционные принципы классификации музейных выставок, их специфика и концепция. 2. Нетрадиционные принципы классификации музейных выставок - кинетические (стационарные, внемузейные стационарные, выездные, передвижные и передвижные выставки облегченного типа) и языковые (коллекционные, иллюстративно-тематические, коллекционно-тематические, музейно-образные, художественно-мифологические выставки). 3. Организация выставочной деятельности различного уровня (международные, городские и др.). 4. Выставочная деятельность в музеях: исторического, художественного, литературного, естественнонаучного профиля.	2	

	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	7	
Тема 1.8. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга.	Лекция: не предусмотрена	-	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Основные принципы маркетинга. 2. Выставки среди инструментов маркетинга. 3. Определение целей участия в маркетинге. 4. Осмысление решения об участии в выставке. 5. Выбор выставки	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	7	
Тема 1.9. Выставочная деятельность Всероссийского выставочного центра (ВВЦ).	Лекция: История создания ВВЦ. «Парк научных приключений». Культурно-массовые и спортивных мероприятий проводимые в ВВЦ. Выставочная деятельность ВВЦ. Программы развития ВВЦ.	2	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Не предусмотрены	-	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям	7	
Тема 1.10. Организационный процесс при участии в выставке.	Лекция: Планирование процесса при участии в выставке. Формы участия в выставке. Выбор экспонатов и выставочной программы. Регистрация и оформление участия в выставке. Значение выставочного стенда при организационном процессе. Выставочная стадия. Работа на стенде. Особенности работы на стенде. Обработка данных об экспонентах и посетителях.	2	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Не предусмотрены	-	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	7	
Тема 1.11. Экономический	Лекция: не предусмотрена	-	ПК-1

анализ рисков выставочного участия. Экономические аспекты выставочной деятельности. Стоимость участия в выставке.	<u>Практические занятия (семинары)</u> Не предусмотрены	-	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	7	
Вид промежуточного контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)			зачет
8 семестр			
Тема 2.1. Экономические аспекты выставочной деятельности. Стоимость участия в выставке. Составление бюджета.	<u>Лекция:</u> Бухгалтерский учет, налоговый учет при организации выставки. Грамотное распределение средств при организации выставки. Оценка требуемых выставочных площадей. Бюджет выставки.	2	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> 5. Особенности бухгалтерского и налогового учета у фирм, организующих выставки. 6. Особенности бухгалтерского и налогового учета затрат у фирм, участвующих в выставках. 7. Стоимость участия в выставке. Составление бюджета. 8. Оценка требуемой площади стенда.	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	3	
Тема 2.2. Инфраструктура выставочной деятельности.	<u>Лекция:</u> Определение выставочной инфраструктуры. ТПП и их роль в выставочной деятельности. Структуры координирующие выставочно-ярмарочную деятельность.	2	ПК-1

Структуры, координирующие выставочную и галерейную деятельность	<u>Практические занятия (семинары)</u> 6. Понятие инфраструктуры. 7. Координация выставочной деятельности России. 8. Структуры, способствующие развитию и координирующие выставочную деятельность на международном уровне. 9. Координация галерейной деятельности России. 10. Законодательная база РФ в области выставочной деятельности.	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	3	
Тема 2.3. Международные соглашения в области выставочной деятельности	<u>Лекция:</u> Не предусмотрена	-	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Парижская конвенция 1928 года. 2. Таможенные конвенции. 3. Правила ввоза вывоза культурных ценностей. 4. Иные международные правовые соглашения регулирующие выставочную деятельность	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	4	
Тема 2.4. Управление выставочной деятельности в России и странах СНГ.	<u>Лекция:</u> Российское законодательство в области регулирования управления выставочной деятельностью. Межгосударственные соглашения в области совместного регулирования выставочной деятельности в СНГ. Структура управления выставочной деятельности в странах СНГ.	2	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Не предусмотрена	-	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	4	
Тема 2.5. Выставочная	<u>Лекция:</u> Не предусмотрена	-	ПК-1

деятельность в регионах России.	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Характеристики и тенденции выставочной деятельности в регионах России. 2. Выставочные комплексы и сервисные центры. 3. Выставочный центр «Краснодар-ЭКСПО» и др.	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	4	
Тема 2.6. Крупнейшие выставочные территории мира.	<u>Лекция:</u> История возникновения крупнейших выставочных центров в мире. Специфика размещения крупнейших выставочных центров в мире. Специализация крупнейших выставочных центров.	2	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Не предусмотрена	-	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	4	
Тема 2.7 Особенности международных выставок в системе туристического маркетинга.	<u>Лекция:</u> Не предусмотрена	-	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Роль туристических выставочных мероприятий в системе маркетинговых коммуникаций. 2. Процесс организации туристической фирмы в работе выставки. 3. Работа персонала туристического предприятия во время международной	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	4	
Тема 2.8. Общая характеристика выставочной деятельности музея.	<u>Лекция:</u> Выставка как первый этап формирования нового музея. Выставки тематические, фондовые и отчетные. Выставка в музее как форма публикации музейных коллекций. Система выставок как специфическая форма функционирования музейной экспозиции.	2	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Не предусмотрены	-	

	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	4	
Тема 2.9. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации.	Лекция: Не предусмотрена	-	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> 1. Общие положения. 2. Состояние выставочно-ярмарочной деятельности и основные показатели ее развития. 3. Нормативно-правовая база выставочно-ярмарочной деятельности. 4. Государственная координация и поддержка выставочно-ярмарочной деятельности.	2	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	3	
Тема 2.10. Выставочное оборудование	Лекция: Витрины, стенды, планшеты и т. д. Осветительная аппаратура. Противопожарное и охранное оборудование. Передвижные музеи. Техника безопасности при работе с оборудованием и техническими средствами. Аудио-фоно-визуальные средства.	2	ПК-1
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Не предусмотрены	-	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение информации основной и дополнительной литературы Изучение информации интернет-ресурсов Подготовка к практическим занятиям Подготовка к коллективной дискуссии	3	
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)		36	экзамен
ВСЕГО:		216	

Программа адаптирована для инвалидов и лиц с ОВЗ.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

- лекционные занятия: проблемные и интерактивные лекции;
- практические занятия: тренинги, операционные игры, логико-методологическое проектирование;
- самостоятельная работа: обязательная самостоятельная работа студента по заданию преподавателя, выполняемая во внеаудиторное время, индивидуальная самостоятельная работа студента под руководством преподавателя.

6 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6.1. Контроль освоения дисциплины

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры». Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- устный опрос
- письменные задания (рефераты);

Рубежный контроль предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний:

- устные ответы,
- письменные работы,
- практические работы,
- оценка выполнения самостоятельной работы студентов:
- работа с первоисточниками,
- реферативная.

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачёта.

6.2. Оценочные средства

6.2.1. Примеры практических заданий (ситуаций)

Студентам предлагается разработать и организовать отраслевую выставку.

Пошаговая работа:

1. Работа с источниками и литературой
2. Отбор и изучение экспонатов
3. Цель и задачи выставки

4. Определение методических приемов
5. Составление методических разработок
6. Паспорт выставки и финансовый документ
7. Разработки: маршрут, остановки, объекты показа, продолжительность
8. Составление карточки объекта

Результат проделанной работы представляется в письменном виде, а также демонстрируется на практике - проводится разработанная выставка перед аудиторией.

6.2.2. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Что такое выставка?
2. Эмпирические исследования анализа выставочной деятельности предприятий.
3. Эмпирические исследования, фокусирующиеся в основном на общих вопросах организации выставочной деятельности и затрагивающие некоторые аспекты выставочной деятельности как канала маркетинговой коммуникации.
4. Что такое экспонат?
5. Что такое экспозиционный материал?
6. Что такое тематическая структура выставки?
7. Домузейная выставочная деятельность.
8. История выставочной деятельности в странах Европы.
9. История выставочной деятельности в США и Канаде.
10. История выставочной деятельности в странах Азии.
11. История выставочной деятельности в Австралии.
12. Периодизация развития истории выставочной деятельности в России.
13. Различия между выставкой и ярмаркой.
14. Международные выставки.
15. Межрегиональные выставки.
16. Местные выставки.
17. Выставки-салоны.
18. Выставочные центры.
19. Участие торгово-промышленных палат в организации выставок.
20. Выставки-аукционы
21. Реклама выставки.
22. Выставочная коммуникация.
23. Круг организаций и лиц участников выставочного процесса.
24. Основные направления PR работы на выставочном поле.
25. Цели деятельности выставочной организации в области PR.
26. Деловая репутация компании-организатора.
27. Основные инструменты, используемые при создании положительного образа компании-организатора.
28. Работа с профессиональными и общественными отраслевыми объединениями.

29. Классификация музейных выставок.
30. Темы и идеи, целевые установки будущей музейной экспозиции, отбор предметов для экспозиции, их интерпретация и группировка.
31. Виды музейных экспонатов.
32. Текстовый материал при организации музейной выставки.
33. Методические приемы оформления музейной выставки.
34. Тематико-экспозиционный план.
35. Заключительный этап при организации музейной выставки..
36. Традиционные принципы классификации музейных выставок, их специфика и концепция.
37. Нетрадиционные принципы классификации музейных выставок - кинетические (стационарные, внемузейные стационарные, выездные, передвижные и передвижные выставки облегченного типа) и языковые (коллекционные, иллюстративно-тематические, коллекционно-тематические, музейно-образные, художественно-мифологические выставки).
38. Организация выставочной деятельности различного уровня (международные, городские и др.).
39. Выставочная деятельность в музеях: исторического, художественного, литературного, естественнонаучного профиля.
40. Выставки среди инструментов маркетинга.
41. Осмысление решения об участии в выставке.
42. Выбор выставки.
43. История создания ВВЦ.
44. «Парк научных приключений» в ВВЦ.
45. Культурно-массовые и спортивных мероприятия, проводимые в ВВЦ.
46. Выставочная деятельность ВВЦ.
47. Программы развития ВВЦ.
48. Планирование процесса при участии в выставке.
49. Формы участия в выставке.
50. Выбор экспонатов и выставочной программы.
51. Регистрация и оформление участия в выставке.
52. Значение выставочного стенда при организационном процессе.
53. Выставочная стадия. Работа на стенде
54. Особенности работы на стенде.
55. Обработка данных об экспонатах и посетителях.
56. Пути снижения выставочного риска.
57. Особенности бухгалтерского и налогового учета у фирм, организующих выставки.
58. Особенности бухгалтерского и налогового учета затрат у фирм, участвующих в выставках.
59. Стоимость участия в выставке. Составление бюджета.
60. Оценка требуемой площади стенда.
61. Понятие выставочной инфраструктуры.

62. Координация выставочной деятельности России.
63. Структуры, способствующие развитию и координирующие выставочную деятельность на международном уровне.
64. Координация галерейной деятельности России.
65. Законодательная база РФ в области выставочной деятельности.
66. Парижская конвенция 1928 года.
67. Таможенные конвенции.
68. Правила ввоза вывоза культурных ценностей.
69. Международные правовые соглашения, регулирующие выставочную деятельность.
70. Разработка управленческих решений в организации выставочной деятельности в Москве.
71. Российский научно-информационный выставочный центр по архитектуре и строительству ОАО «Росстройэкспо».
72. Центр международной торговли и научно-технических связей с зарубежными странами (АО «Совинцентр»).
73. Специфика размещения выставочных центров в регионах России.
74. Крупнейшие выставочные центры в России.
75. Роль СКД в организации выставочной деятельности в регионах РФ.
76. Выставочные комплексы и сервисные центры.
77. Выставочный центр «КраснодарЭКСПО».
78. История возникновения крупнейших выставочных центров в мире.
79. Специфика размещения крупнейших выставочных центров в мире.
80. Специализация крупнейших выставочных центров.
81. Характеристика туристической выставки: ее специфика и особенности.
82. Размещение крупнейших международных центров по организации туристических выставок.
83. Роль туристической выставки в развитии туризма.
84. Выставка как первый этап формирования нового музея.
85. Выставки тематические, фондовые и отчетные.
86. Выставка в музее как форма публикации музейных коллекций.
87. Система выставок как специфическая форма функционирования музейной экспозиции.
88. Состояние выставочно-ярмарочной деятельности и основные показатели ее развития в РФ.
89. Нормативно-правовая база выставочно-ярмарочной деятельности в РФ.
90. Государственная координация и поддержка выставочно-ярмарочной деятельности в РФ.
91. Выставочное оборудование.

6.2.3. Тематика эссе, рефератов, презентаций

1. Становление выставочной деятельности в России.
2. Развитие выставочной деятельности в России на современном этапе.
3. Развитие туристских выставок в России.

4. Выставочная деятельность Всероссийского выставочного центра.
5. Анализ выставочно-ярмарочной деятельности в России
6. Выставочные работы в туризме.
7. Социально-культурные мероприятия при организации выставки.
8. Анимация в выставочной деятельности.

6.2.4. Вопросы к зачету по дисциплине

1. Выставочное дело и понятие выставка.
2. История международной и отечественной выставочной деятельности.
3. Определение, структура и виды выставочных центров.
4. Классификация выставок.
5. Выставка в системе маркетинговых коммуникаций.
6. Специфика выставочной деятельности компании-экспонента.
7. Организация музейных выставок.
8. Выставочная деятельность как феномен музейной коммуникации.
9. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга.
10. Выставочная деятельность Всероссийского выставочного центра (ВВЦ).
11. Организационный процесс при участии в выставке.
12. Экономический анализ рисков выставочного участия.
13. Экономические аспекты выставочной деятельности. Стоимость участия в выставке. Составление бюджета.
14. Инфраструктура выставочной деятельности. Структуры, координирующие выставочную деятельность.
15. Международные соглашения в области выставочной деятельности.
16. Управление выставочной деятельностью в России и странах СНГ.
17. Выставочная деятельность в регионах России.
18. Крупнейшие выставочные территории мира.
19. Особенности международных выставок в системе туристического маркетинга.
20. Общая характеристика выставочной деятельности музея.
21. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации.
22. Выставочное оборудование.
23. Законодательная база РФ в области выставочной деятельности.
24. Правила ввоза и вывоза художественных ценностей через границу.
25. Стратегии выхода на международные ярмарки и биеннале.
26. PR-технологий для формирования успешного арт-бренда.

6.2.5. Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Выставочное дело и понятие выставка.
2. История международной и отечественной выставочной деятельности.
3. Определение, структура и виды выставочных центров.

4. Классификация выставок.
5. Выставка в системе маркетинговых коммуникаций.
6. Специфика выставочной деятельности компании-экспонента.
7. Организация музейных выставок.
8. Выставочная деятельность как феномен музейной коммуникации.
9. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга.
10. Выставочная деятельность Всероссийского выставочного центра (ВВЦ).
11. Планирование процесса при участии в выставке.
12. Формы участия в выставке.
13. Выбор экспонатов и выставочной программы.
14. Регистрация и оформление участия в выставке.
15. Значение выставочного стенда при организационном процессе.
16. Выставочная стадия. Работа на стенде
17. Особенности работы на стенде.
18. Обработка данных об экспонентах и посетителях.
19. Экономический анализ рисков выставочного участия.
20. Экономические аспекты выставочной деятельности.
21. Стоимость участия в выставке.
22. Составление бюджета выставки.
23. Инфраструктура выставочной деятельности.
24. Структуры, координирующие выставочную деятельность.
25. Международные соглашения в области выставочной деятельности.
26. Управление выставочной деятельностью в России и странах СНГ.
27. Крупнейшие выставочные территории мира.
28. Особенности международных выставок в системе туристического маркетинга.
29. Общая характеристика выставочной деятельности музея.
30. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации.
31. Выставочное оборудование.
32. Законодательная база РФ в области выставочной деятельности.
33. Правила ввоза и вывоза художественных ценностей через границу.
34. Стратегии выхода на международные ярмарки и биеннале.
35. PR-технологий для формирования успешного арт-бренда.
36. Координация выставочной деятельности в России.
37. Структуры, способствующие развитию и координирующие выставочную деятельность на международном уровне.
38. Координация галерейной деятельности в России.
39. Законодательная база РФ в области выставочной деятельности.
40. Роль государства в организации торговых выставок.
41. Выставочные комплексы Европы.
42. Выставочные центры Азии.
43. Выставочные комплексы Северной и Южной Америки.
44. Выставочные комплексы Австралии.

45. Специфика размещения выставочных центров в регионах России.
46. Крупнейшие выставочные центры в России.
47. Роль СКД в организации выставочной деятельности в регионах РФ.
48. Выставочная деятельность в музеях: исторического, художественного, литературного, естественнонаучного профиля.
49. Характеристика туристической выставки: ее специфика и особенности.
50. Размещение крупнейших международных центров по организации туристических выставок.

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

7.1. Основная литература

1. Суворов, Н. Галерейное дело. Обращение произведений искусства [Текст] : учеб. пособие / Н. Суворов. - СПб. : Лань; Планета музыки, 2015. - 287 с. : ил. - (Учебники для вузов. Специальная литература). - ISBN 978-5-8114-1826-8 (Изд-во "Лань"). - ISBN 978-5-91938-182-2 (Изд-во "Планета музыки")
2. Петелин, В.Г. Менеджер предприятия по рекламе и выставкам [Текст] / В.Г. Петелин. - М. : Ось-89, 2001. - 208 с. : ил. - ISBN 5-86894-554-9

7.2. Дополнительная литература

1. Акилова Е. Выставочная деятельность // Аудит и налогообложение. - 2006. - N 12. - С. 22-25.
2. Актуальные проблемы социокультурных исследований [Текст]: мужрегиональный сборник научных статей / Кемеровский государственный университет культуры и искусств. – Кемерово: КемГУКИ, 2010. – Вып. 6. – 303 с. ; То же [Электронный ресурс]. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=131234
3. Андрияка С. Н. От административных стереотипов к новым технологиям // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2004. - N 4. - С. 44-46.
4. Барчук, И.С. Санаторно-курортное дело: учеб.пособие для студентов вузов / И.С. Барчук. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015, 303 с. ;То же [Электронный ресурс]. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=117886
5. Быстров Ю. Л. Выставки - инструмент маркетинга // Маркетинг. – 2005. - N 3. - С. 64-71.
6. Волькович А.Ю. Музейная экспозиция как развитая семиотическая система/ Российская культура глазами молодых ученых: Сб. тр.- Вып.5.- Культ-ИнформПресс, 1997.
7. Встретимся на выставке: приметы эффективного стенда // Маркетолог. - 2010. - N 2. - С. 32.
8. Выставочная деятельность // Русская галерея - XXI век / RUSSIAN GALLERY. XXI с. - 2011. - N 5. - С. 84-86.
9. Джефкинс Ф. Реклама: Учеб. пособие для вузов /Пер. с англ. под ред. Б.Л. Ермина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 543 с. ; То же [Электронный ресурс]. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=117328
10. Дубровин В. М. Выставка детского творчества в школе: особенности организации: из опыта работы // Воспитание школьников. - 2010. - N 2. - С. 33-35.
11. Знаменский А. В. Модернизация музейной деятельности. Внедрение новых информ. технологий в экспозиц.-выставоч. деятельность провинц. музея // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2003. - N 10. - С. 70-74.

12. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: продвижение туристического продукта: учебник / Е.Н. Ильина. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 176 с.: ил. ; То же [Электронный ресурс]. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=68953
13. Киселева Л. В поисках визуальной культуры. // Библиотека. – 2007. – № 4. – С. 41–45.
14. Киселева Л. Как организовать работу на выставке // Рекламные технологии. – 2003. - N 7. - С. 50-51.
15. Конфетка для выставки и другие нестандартные способы участия в выставочных мероприятиях // Маркетолог. - 2011. - N 1. - С. 14.
16. Михолап С. Выставки как эффективный инструмент экспортного маркетинга // Маркетинг: идеи и технологии. - 2011. - N 5. - С. 39-44.
17. Лаевская, Г. Встречи в выставочном зале / Г. Лаевская. – М.: Новый хронограф, 2010. – 224 с.: ил. ; То же [Электронный ресурс]. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=228466
18. Ломова, О.С. Деловое общение специалиста по рекламе: учеб.пос. для студентов вузов / О.С. Ломова; под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2015. – 239 с. ;То же [Электронный ресурс]. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114801
19. Пьянков, А.В. Возвращённые сокровища Кубани [Текст] / А. В. Пьянков, Е.А. Хачатурова, Т.В. Юрченко. - Краснодар : Традиция, 2014. - 151 с. : ил.
20. Тумарь, В.Н. Оформление экспозиций: поиск новых решений // Библиотека. – 2003. – № 2. – С. 78.
21. Учёнова, В.В. История отечественной рекламы. 1917-1990: Учеб.пособие по дисциплине «Основы рекламы и паблик рилейшнз» для студентов вузов / В.В. Учёнова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 287 с.: ил. ; То же [Электронный ресурс]. -http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=119137
22. Федина, А.И. Экскурсоведение [Текст]: учеб.пособие/М-во образования РФ; КСЭИ /А.И.Федина.-Краснодар,2006.
23. Юренева, Т.Ю. Художественные музеи Западной Европы [Текст] : история и коллекции: учеб.пособие для студ. вузов / Т. Ю. Юренева ; Т.Ю. Юренева. - М. :Академ. Проект, 2007. - 414 с. : ил., цв. вкл.(48 с.).

7.3 Периодические издания

1. Вопросы культуры
2. Дом культуры
3. Мир музея
4. Мир экскурсий
5. Музей
6. Музеум
7. Культура
8. Охрана памятников
9. Экспомир

7.4. Интернет-ресурсы

1. Баубекова С.А. Реальные и виртуальные выставки: некоторые методические рекомендации // Книга. Читатель. Культура : материалы 2-й регион. науч.-практ. конф. - Владивосток, 2004. - С. 86-92 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://ini-fb.dvfu.ru/index.php?fold=menu/pub/konf/kchk2003/s2-bay>
2. Выставочная работа библиотек : список литературы [Электронный ресурс] // Свердловская областная научная библиотека : [сайт]. – Екатеринбург, 2013. Режим доступа - http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ycJOLRSi1PQJ:pubsrv.uraic.ru/sprafka/v_rab.doc+&cd=3&hl=ru&ct=cln..
3. Выставочной дело: учебник [Электронный ресурс] ;Региональный финансово- экономический институт. - Курск, 2011. - 157 с. – Режим доступа: [http://lib.rfei.ru/system/193/193-Выставочное%20дело%20\(основной%20учебник\).pdf](http://lib.rfei.ru/system/193/193-Выставочное%20дело%20(основной%20учебник).pdf)
4. Государственный Исторический музей Электронный ресурс. - Электронные дан. Режим доступа :[http : // www.shm.ru/2000.htm](http://www.shm.ru/2000.htm).
5. Исакова Н. Управленческие таланты – в борьбе за место под выставочным солнцем //Журнал ТПП РФ «Экспо Ведомости». – № 1. – 2008 г. [электронный ресурс]– Режим доступа. –URL: http://www.informexpo.ru/new/view_content.php?id=2176
6. Методика организации тематических выставок в школе – Электрон.ресурс : <http://referatoff.net/r22092/>
7. Музеи России Электронный ресурс. Электронные дан. - Режим доступа :[http : // www.museum. ru](http://www.museum.ru).
8. Мягоход Л. Виртуальные выставки: технология создания (акмеологическое консультирование) [Электронный ресурс] // ТОГОАУ ДПО "Институт повышения квалификации работников образования" : [сайт]. – Тамбов, 16.03.2011. - URL: <http://ipk.68edu.ru/2010-05-31-12-25-16/oir/627-biblivist.html>
9. Научная электронная «КиберЛенинка» - Электрон. Ресурс :<http://cyberleninka.ru/>
10. Теория выставочной деятельности. – Режим доступа: <http://nindo.ru/index.php/joomla-overview>
11. Федорина Е.В. Развитие конгрессно-выставочной деятельности в России // Современные технологии управления, 2013. - № 10. – Режим доступа к журналу <http://sovman.ru>
12. Шосаидова Г. "А вы ноктюрн сыграть могли бы?..." Айс-стопперы для литературных выставок / Г. Шосаидова, Н. Беляева // Библ. дело. - 2010. - № 4. - С. 30-31 ; То же [Электронный ресурс]. – URL:<http://www.nlr.ru/prof/publ/bibliograf/2010/bd04.pdf>
13. Virtual Museum of Canada Электронныйресурс. Электронные дан. - Режим доступа :[http : // www.virtualmuseum.ca](http://www.virtualmuseum.ca).
14. 1. Щетинская Н.Б. Адаптация студентов с ограниченными возможностями здоровья к условиям обучения в вузе культуры: Методические рекомендации для преподавателей. – Краснодар: КГИК, 2016. – 42 с.

15. 2. Щетинская Н.Б. Развитие коммуникативной компетентности студентов с ограниченными возможностями здоровья: Методические рекомендации для студентов. – Краснодар: КГИК, 2016. – 28 с.

16. 3. Руськин В.И. Социокультурная реабилитация студентов-инвалидов средствами искусства в процессе педагогической деятельности: Методические рекомендации. – Краснодар: КГИК, 2016. – 22 с.

7.5. Методические указания и материалы по видам занятий

Тематика контрольных работ для студентов заочной формы обучения

1. По окончании курса студенты должны организовать и провести выставку по заданной тематике

АЛГОРИТМ ПОДГОТОВКИ ВЫСТАВКИ

I этап. Аналитический	ВЫРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ	– Определение темы – Определение читательского и целевого назначения – Разработка концепции – Утверждение макета
II этап. Предвыставочная работа	ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ	– Подбор и систематизация документов – Выбор элементов и аксессуаров
	ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛЬНОГО МЕСТА	– Обеспечение открытого доступа – Использование специального оборудования
	ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ОФОРМЛЕНИЕ (конструирование)	– Методы конструирования – Цветовые решения – Стилистика – Фитодизайн
	РЕКЛАМНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ	– Приглашение – СМИ – Интернет
	БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ	– Библиографические указатели. Путеводители. Дайджесты – Устные и письменные обзоры – Каталог выставки
III этап. Работа на выставке	ПРОВЕДЕНИЕ ВЫСТАВКИ	– Презентация выставки – Обзоры и консультации – Налаживание связей – Раздача рекламной и библиографической продукции

IV этап. Итоговый	ПОСЛЕВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	– Расформирование экспозиции – Подведение итогов. Оценка эффективности выставки (статистические и качественные характеристики)
-------------------	----------------------------------	---

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к семинарскому занятию:

1. Проработать конспект лекций;
2. Прочитать основную и дополнительную литературу, рекомендованную по изучаемому разделу;
3. Ответить на вопросы плана семинарского занятия;
4. Выполнить домашнее задание;
5. Проработать тестовые задания и задачи;
6. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

При подготовке к семинарским занятиям следует руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя, использовать основную литературу из представленного им списка. Для наиболее глубокого освоения дисциплины рекомендуется изучать литературу, обозначенную как «дополнительная» в представленном списке.

При подготовке доклада на семинарское занятие желательно заранее обсудить с преподавателем перечень используемой литературы, за день до семинарского занятия предупредить о необходимых для предоставления материала технических средствах, напечатанный текст доклада предоставить преподавателю.

Для закрепления полученных в ходе лекций знаний и эффективной работы по формированию навыков и умений на семинарских занятиях магистры изучают теоретический материал предыдущей лекции и отвечают на поставленные вопросы для повторения по каждой теме.

Для развития умений использовать полученные знания в аналитической работе и обсуждении с целью превращения их в когнитивные компетенции на семинарских занятиях выполняются разные виды заданий, как дискуссионные, так и ограниченные рамками данных преподавателем указаний.

Формы заданий для семинарских занятий

Коллоквиум.

Коллоквиум (лат. colloquium — разговор, беседа) - это одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний студентов. На коллоквиуме обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса, рефераты, проекты и другие работы обучающихся. На коллоквиуме студенты обсуждают прочитанное, происходит систематизация знаний, отдельные сведения получают концептуальное выражение. Коллоквиум может включать в себя один или несколько вопросов экзаменационного уровня. От семинара эти занятия отличаются в первую очередь тем, что во время коллоквиума в работе может участвовать значительная часть студенческой группы. Подготовка к

коллоквиуму организуется таким образом, чтобы студент провел значительную самостоятельную, внеаудиторную работу.

Проводятся коллоквиумы по следующей схеме - заранее сообщается тема коллоквиума и комплекс терминов, понятий; рекомендуются необходимые для использования источники и литература. Во время коллоквиума преподаватель оценивает эффективность работы студентов по изучению поставленных перед ними проблем и решению конкретных задач.

Дискуссия.

Дискуссия (от лат. *discussio* — рассмотрение, исследование), публичное обсуждение какого-либо спорного вопроса, проблемы. Дискуссионные формы занятий формируют умения и навыки в области инструментальных и социально-личностных компетенций. Вопросы для дискуссии рассматривают перечень проблем, которые можно трактовать достаточно широко вследствие отсутствия общепринятой терминологии и подходов к определению сущности определенных маркетинговых категорий, а также существования конкретной маркетинговой практики в России и за рубежом.

Анализ ситуации.

Анализ (от греч. *analysis* — разложение, расчленение), в общественных науках процедура мысленного расчленения предмета (явления, процесса), свойства предмета (предметов) или отношения между предметами на части (признаки, свойства, отношения); служит синонимом исследования вообще; процедурой, обратной анализу, является синтез, с которым анализ часто сочетается в практической или познавательной деятельности.

В данном курсе предусмотрены:

1. анализ научной статьи - изучение и систематизация изложенной в научной статье или научных изданиях информации, позволяющее выявлять теоретические, методические проблемы исследования определенных экономических категорий и явлений и находить эмпирические доказательства теоретическим положениям.

2. анализ конкретной ситуации - выполнение практикующих упражнений и расчетных заданий, сформированных на основе:

- реальной ситуации конкретного предприятия;
- гипотетической ситуации, приближённой к рассматриваемой реальной проблеме;
- ситуации, описанной в СМИ или учебной литературе.

Анализ конкретной ситуации позволяет на основе изучения сложившейся ситуации выявлять практические проблемы внедрения инструментов корпоративного маркетинга, давать оценку принятым в компаниях решениям. Работа с конкретной ситуацией позволяет сформировать умения и навыки в области профессиональных аналитических компетенций и развитие способности консультирования.

Презентации.

Поскольку на семинарских занятиях необходимо представлять результаты выполненных заданий по самостоятельной работе, магистры должны уметь организовать их презентацию.

Презентации материалов выполненного задания или проекта в рамках самостоятельной работы проходят в форме устных выступлений перед аудиторией:

- сообщения;
- доклады.

Презентации материалов выполненной выполненному заданию или проекту в рамках самостоятельной работы проходят в форме устных выступлений перед аудиторией.

Сообщение представляет собой самый простой вид изложения проектного задания, не требующего специального оформления в форме демонстрационной презентации.

Доклад – развернутое изложение результатов проектного задания, полученной при выполнении самостоятельной работы. По структуре и содержанию доклад представляет собой более полный, чем сообщение, эмпирический материал, сопровождаемый демонстрационной презентацией в программе PowerPoint, либо печатных материалов или образцов товаров

7.6. Программное обеспечение

Компьютерный сетевой (Интернет) класс с установленными операционной системой WindowsXP2007Server, пакетами MSOffice; MS office 2007 pro; Adobe CS6; Adobe Premiere Pro, Magic Samplitude, SonySoundForgePro 9,10, SonyVegasPro 10, справочно-правовые системы Консультант Плюс, Гарант, выход в сеть Интернет, мультимедийный проектор, экран, мобильный стенд.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Описание материально-технической базы

Преподавание дисциплины в вузе обеспечено наличием аудиторий (в том числе оборудованных проекционной техникой) для всех видов занятий.

Действуют компьютерные классы с лицензионным программным обеспечением. Имеются рабочие места с выходом в Интернет для самостоятельной работы.

Все компьютерные классы подключены к локальной сети вуза и имеют выход в интернет, в наличии стационарное мультимедийное оборудование (проектор+экран) в аудиториях 276,282,116,239, возможно проведение занятий на базе музея вуза (тачпанель, экран, проектор).

Студенты пользуются

- вузовской библиотекой с электронным читальным залом;
- учебниками и учебными пособиями;
- аудио и видео материалами.

Все помещения соответствуют требованиям санитарного и противопожарного надзора.

**Дополнения и изменения
к рабочей программе учебной дисциплины
«Технологии выставочной деятельности в социально-культурной
деятельности»
на 20__-20__ уч. год**

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

- _____ ;
- _____ ;
- _____ ;
- _____ ;
- _____ ;
- _____ ;
- _____ ;

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры _____

_____ (наименование)

Протокол № _____ от « ____ » _____ 20__ г.

Исполнитель(и):

_____/_____/_____/_____
(должность) (подпись) (Ф.И.О.) (дата)

_____/_____/_____/_____
(должность) (подпись) (Ф.И.О.) (дата)

Заведующий кафедрой

_____/_____/_____/_____
(наименование кафедры) (подпись) (Ф.И.О.) (дата)