

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Абазян Артак Горикович  
Должность: Заведующий кафедрой туризма и физической культуры  
Дата подписания: 21.08.2021 11:18:54  
Уникальный программный ключ:  
7fbf4a479f8599c708daba086bb08864e713b2a7

Министерство культуры Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет социально-культурной деятельности и туризма  
Кафедра туризма и физической культуры

УТВЕРЖДАЮ  
Зав. кафедрой туризма и ФК



А.Г. Абазян

«26» августа 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1.В.ДВ.5.1 «ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ТУРИЗМЕ»**

Направления подготовки (профиль): 43.03.02 Туризм (Технология и организация туроператорских и турагентских услуг)

Форма обучения – очная, заочная

Год набора - 2017

**Краснодар  
2020**

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки Туризм (квалификация «Бакалавр»), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14.12.2015 года, приказ № 1463 и основной образовательной программой.

**Рецензенты:**

к.и.н., зав. кафедры арт-бизнеса и рекламы

Кудинова А.В.

к.п.н., доцент кафедры теории и методики зимних видов спорта, велоспорта и спортивного туризма  
КубГУФСИТ

Л.П. Долгополов

**Составитель:**

Горбачева Д.А. – доктор педагогических наук, профессор кафедры туризма и ФК.

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры туризма и физической культуры «26» августа 2020 г., протокол №1.

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» «27» августа 2020 г., протокол № 9.

## Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	4
3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины	4
4. Структура и содержание дисциплины	6
4.1. Структура дисциплины:	
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	
5. Образовательные технологии	11
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	11
6.1. Контроль освоения дисциплины	
6.2. Оценочные средства	
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины (модуля)	14
7.1. Основная литература	
7.2. Дополнительная литература	
7.3. Периодические издания	
7.4. Интернет-ресурсы	
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	
7.6. Программное обеспечение	
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	16
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)	17

## **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Целью освоения дисциплины** является целью формирование у студентов знаний, умений и навыков по технологии организации и проведения презентационных, выставочных и ярмарочных мероприятий, в том числе и в туристской индустрии.

### **Задачи:**

- изучение основных понятий выставочной деятельности;
- освоение практических приемов стимулирования творческого мышления;
- овладение основными профессиональными (ПК) компетенциями.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина «Технологии организационно-выставочной деятельности» является дисциплиной по выбору вариативной части профессионального цикла ФГОВПО по направлению подготовки 43.03.02 Туризм.

Всего планом предусмотрено 144 часов (4 ЗЕТ), из них 24 часов лекционных занятий, 30 часов практических, 54 часов самостоятельная работа студентов. Итоговый контроль – экзамен в 8 семестре.

Дисциплины, необходимые для освоения данной учебной дисциплины: «Информационные технологии в туристской индустрии»;

- «Объекты экскурсионно-туристского показа»;
- «Маркетинг в туристской индустрии»;
- «Рекламные технологии в туристской индустрии»;
- «PR технологии в туристской индустрии»;
- «Предпринимательство в туризме».

## **3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права (ОК-6);

способностью организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства (ПК-4);

способностью рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение (ПК-5);

способностью к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-11);

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

**Знать:**

- теоретические основы проектирования, организации и проведения выставочно-ярмарочных мероприятий;
- нормативно-техническую базу организации и проведения выставочно-ярмарочных мероприятий;
  - теоретические основы психологии делового общения, коммуникативные техники и технологии общения;
  - организацию и управление выставочно-ярмарочной деятельности;
  - особенности бухгалтерского учета и основные критерии оценки коммерческого выставочного мероприятия;
  - грамматику и лексику, правила речевого этикета.

**Уметь:**

- организовать выставку, ярмарку;
- осуществлять контроль за реализацией проекта по проведению выставочно-ярмарочных мероприятий;
  - обеспечивать координацию действий со всеми функциональными подразделениями при организации выставочно-ярмарочных мероприятий;
  - обеспечивать оптимальную инфраструктуру обслуживания при проведении выставочно-ярмарочных мероприятий;
  - составлять договорную документацию для участников выставочно-ярмарочных мероприятий;
  - составлять сметы выставки-ярмарки, анализировать коммерческую эффективность проекта;

- подводить итоги выставки-ярмарки.

### **Владеть:**

- организацией выставочно-ярмарочных мероприятий с использованием современных технологий и методов;
- оценкой удовлетворенности потребителей услугами, представляемыми на выставках и ярмарках;
- анализом и составлением договорной документации при проведении выставочно-ярмарочных мероприятий;
- анализом оперативной информации о текущем состоянии выставочно-ярмарочной деятельности в России и за рубежом;
- разработкой и проведением выставочно-ярмарочных мероприятий;
- разрешением проблемных ситуаций, возникающих в ходе разработки и проведения выставочно-ярмарочных мероприятий;
- владением основными коммуникативными методами и приемами делового общения при проведении выставочно-ярмарочных мероприятий;
- деловыми коммуникациями, в том числе на иностранном языке в профессиональной сфере;
- оказанием первой медицинской помощи.

**Приобрести опыт деятельности:** организации выставочной деятельности.

## **4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **4.1. Структура дисциплины для очной формы обучения**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 часов).

№ 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	
<b>7 семестр</b>								
1	Тема 1. Введение. Цели и задачи курса. Основные понятия и определения.	7	1-2	2			4	В ходе занятия
2	Тема 2. История выставочно-ярмарочного дела.	7	3-4	2			4	В ходе занятия
3	Тема 3. Типология ярмарок.	7	5-6	2			4	В ходе занятия

4	Тема 4. Выставки как инструмент маркетинга в туризме.	7	7-8	4			4	В ходе занятия
5	Тема 5. Рекламный менеджмент в выставочно-ярмарочной, тур. деятельности.	7	9-10	4			4	В ходе занятия
6	Тема 6. Реклама на выставках и ярмарках.	7	11-12		8		4	В ходе занятия
7	Тема 7. Выставочный дизайн. Способы привлечения внимания посетителей к тур. стенду.	7	13-14		6		4	В ходе занятия
8	Тема 8. Нормативно-правовая база рекламы и выставочной деятельности.	7	15-16	1			4	В ходе занятия
9	Тема 9. Особенности бухгалтерского учета в выставочном деле.	7	17	1	6		4	В ходе занятия
10	ИТОГО	7	17	16	20		36	
<b>8 семестр</b>								
11	Тема 10. Составление сметы туристкой выставки-ярмарки. Анализ коммерческой эффективности	8	1-2		1		2	В ходе занятия

	проекта.							
12	Тема 11. Организационный план выставочного проекта.	8	3-4	4			2	В ходе занятия
13	Тема 12. Разработка концепции выставочного проекта.	8	5-6		1		2	В ходе занятия
14	Тема 13. Разработка рекламной кампании проекта выставки-ярмарки.	8	7-8	4	1		2	В ходе занятия
15	Тема 14. Структура мероприятий деловой программы выставки.	8	9-10		1		2	В ходе занятия
16	Тема 15. Проведение выставки-ярмарки.	8	11-12		1		2	В ходе занятия
17	Тема 16. Документационное обеспечение и делопроизводство по выставке.	8	13-14		1		2	В ходе занятия
18	Тема 17. Подведение итогов выставки и после-выставочные мероприятия.	8	15-16		2		2	В ходе занятия
19	Тема 18. Маркетинговые исследования на выставках и ярмарках.	8	17-18		2		2	В ходе занятия



20	<b>Итого</b>	<b>8</b>	<b>18</b>	<b>8</b>	<b>10</b>		<b>18</b>	<b>Экзамен (36 ч.)</b>
21	<b>Всего</b>	<b>7,8</b>	<b>18</b>	<b>24</b>	<b>30</b>		<b>54</b>	<b>36</b>

#### 4.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 часов).

№ 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	
<b>7 семестр</b>								
1	Тема 1. Введение. Цели и задачи курса. Основные понятия и определения.	7		2			6	В ходе занятия
2	Тема 2. История выставочно- ярмарочного дела.	7					8	В ходе занятия
3	Тема 3. Типология ярмарок.	7					6	В ходе занятия
4	Тема 4. Выставки как инструмент маркетинга в туризме.	7			2		8	В ходе занятия
5	Тема 5. Рекламный менеджмент в выставочно- ярмарочной, тур. деятельности.	7					6	В ходе занятия
6	Тема 6. Реклама на выставках и ярмарках.	7					8	В ходе занятия
7	Тема 7. Выставочный дизайн. Способы	7					6	В ходе занятия

	привлечения внимания посетителей к тур. стенду.							
8	Тема 8. Нормативно- правовая база рекламы и выставочной деятельности.	7			2		6	В ходе занятия
9	Тема 9. Особенности бухгалтерского учета в выставочном деле.	7					8	В ходе занятия
10	ИТОГО	7		2	4		62	
8 семестр								
11	Тема 10. Составление сметы туристкой выставки- ярмарки. Анализ коммерческой эффективности проекта.	8		2			6	В ходе занятия
12	Тема 11. Организационн ый план выставочного проекта.	8					8	В ходе занятия
13	Тема 12. Разработка концепции выставочного проекта.	8			2		6	В ходе занятия
14	Тема 13. Разработка рекламной кампании проекта выставки- ярмарки.	8		2			6	В ходе занятия
15	Тема 14.	8					8	В ходе занятия

	Структура мероприятий деловой программы выставки.							
16	Тема 15. Проведение выставки-ярмарки.	8					6	В ходе занятия
17	Тема 16. Документационное обеспечение и делопроизводство по выставке.	8					6	В ходе занятия
18	Тема 17. Подведение итогов выставки и после-выставочные мероприятия.	8					7	В ходе занятия
19	Тема 18. Маркетинговые исследования на выставках и ярмарках.	8			2		6	В ходе занятия
20	Итого	8		4	4		59	Экзамен 9 ч.)
21	<b>Всего</b>	<b>7,8</b>		<b>6</b>	<b>8</b>		<b>121</b>	<b>9</b>

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

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
<b>7 семестр</b>			
<b>Тема 1.</b> Введение. Цели и задачи курса. Основные понятия и определения.	<u>Лекции:</u> 1. Цели и задачи учебной дисциплины. 2. Дидактическая связь с другими дисциплинами согласно учебному плану.	2	ОК-6 ПК-4
	<u>Практические занятия (семинары):</u>	-	

	<u>Индивидуальные занятия</u>	-	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение дополнительной литературы.	4	
<b>Тема 2.</b> История выставочно-ярмарочного дела.	<u>Лекции:</u> 1. Ярмарочная торговля в России. Первая Российская ярмарка 1614 года. 2. Макарьевский монастырь. Организация в 1822 году Нижегородской ярмарки. 3. 1-ая Всероссийская торгово-промышленная выставка 1896 год. Рост ярмарочной торговли в Сибири 1844-1860 гг. 4. Ирбитская золото - промышленная ярмарка. Первые выставки в сфере туризма. 5. Возрождение ярмарочной деятельности в России в 90-е годы XX века. Всероссийское акционерное общество «Нижегородская ярмарка». 6. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в РФ. Санкт - Петербург, 2001 год.	2	ОК-6 ПК-4
	<u>Практические занятия (семинары):</u>	-	
	<u>Индивидуальные занятия:</u>	-	
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение дополнительной литературы.	4	
<b>Тема 3.</b> Типология ярмарок.	<u>Лекции:</u> 1. Терминология выставочно-ярмарочного бизнеса. Основные направления ярмарочной деятельности. Ярмарки по реализации продукции первичного оборота. Ярмарки по реализации излишней продукции. 2. Задачи, стоящие перед ярмарками. Классификация ярмарок по масштабу и характеру осуществляемых торговых операций. 3. Международные ярмарки. Всероссийские ярмарки. Зональные ярмарки. Региональные (областные, краевые, республиканские) ярмарки. 4. Международные туристские ярмарки, выставки, биржи. Деятельность международной биржи по туризму в Берлине (ИТВ). 5. Всемирная туристская ярмарка в Лондоне. Международная туристская выставка ФИТУР в Мадриде. 6. Специализированные, универсальные и многоотраслевые выставки и ярмарки.	2	ОК-6 ПК-4
	<u>Практические занятия (семинары):</u>	-	
	<u>Индивидуальные занятия:</u>	-	
	<u>Самостоятельная работа</u>	4	

		Подготовка к семинарскому занятию.		
<b>Тема 4.</b> Выставки как инструмент маркетинга в туризме.		<u>Лекции:</u> 1. Маркетинговые коммуникации в сфере выставочно-ярмарочного турбизнеса. 2. Организационное построение и функциональная деятельность выставок, выставок-продаж, выставок-салонов в социально-культурной сфере. 3. Основные направления выставочно-ярмарочной торговли. Основные цели ярмарочных торгов. 4. Предмет деятельности ярмарки. Цели выставки-продажи. 5. Предмет деятельности выставки-продажи. Классификационные признаки выставочно-ярмарочной торговли.	4	ОК-6 ПК-4
		<u>Практические занятия (семинары):</u>	-	
		<u>Индивидуальные занятия:</u>	-	
		<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение дополнительной литературы.	4	
<b>Тема 5.</b> Рекламный менеджмент в выставочно-ярмарочной, тур. деятельности.		<u>Лекции:</u> 1. Рекламно-выставочный менеджмент в условиях специфического рынка рекламных и выставочных услуг. Технологии выставочно-ярмарочного дела. 2. Профессиональная деятельность менеджера по выставкам и рекламе в туризме. 3. Менеджмент по комплектованию выставок и работе с экспонатами. Менеджмент по продаже выставочных площадей. 4. Особенности требований к профессии менеджера по рекламе и выставкам. 5. Мотивация и стимулы использования средств рекламы. Определение целей и задач выставочного проекта.	4	ОК-6 ПК-4
		<u>Практические занятия (семинары):</u>	-	
		<u>Индивидуальные занятия:</u>	-	
		<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение дополнительной литературы.	4	
<b>Тема 6.</b> Реклама на выставках и ярмарках.		<u>Лекции:</u>	-	ОК-6 ПК-4
		<u>Практические занятия (семинары):</u> 1. Особенности рекламы на выставках и ярмарках. 2. Информационно-рекламное сопровождение выставочного проекта. 3. Реклама выставки-ярмарки ее организаторами.	8	

	<p>4. Реклама товаров и услуг экспонентов.</p> <p>5. Подготовка спецрекламы: каталоги, планы и программы мероприятий, проспекты-путеводители, афиши-плакаты.</p> <p>6. Методы распространения тиража печатной продукции.</p> <p>7. Реклама в средствах массовой информации.</p> <p>8. Этапы работы с потенциальными посетителями выставки-ярмарки.</p> <p>9. Информационные письма.</p>		
	<u>Индивидуальные занятия:</u>	-	
	<u>Самостоятельная работа</u> Подготовка презентаций по данной теме.	4	
<b>Тема 7.</b> Выставочный дизайн. Способы привлечения внимания посетителей к тур-стенду.	<u>Лекции:</u>	-	ОК-6 ПК-4
	<u>Практические занятия (семинары):</u> 1. Планирование экспозиции. 2. Факторы определения места для стенда на выставке. 3. Основные параметры выставочных стендов. Стоимость. Форма, цвет, дизайн. Многоцветные модули. 4. Применение спецэффектов, разновидности графики, средства хранения экспозиционных материалов. 5. Средства создания и оформления экспозиции. 6. Методы показа экспозиции.	4	
	<u>Индивидуальные занятия:</u>	-	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к семинарскому занятию.	6	
<b>Тема 8.</b> Нормативно-правовая база рекламы и выставочной деятельности.	<u>Лекции:</u> 1. Реклама и выставки как объект хозяйственного права. Основные положения и законодательные акты, распространяющиеся на рекламу и выставочно-ярмарочную деятельность в РФ. 2. Инструкции Минкультуры РФ по вывозу за границу культурных ценностей. Таможенные правила для рекламной продукции и выставочных грузов. Таможенный кодекс РФ. 3. Документы Международного бюро выставок (ВБЕ, Париж), Союза международных выставок (UFI, Париж), Союза выставок и ярмарок стран СНГ (СВЯ, Нижний Новгород), Межгосударственного совета по выставкам и ярмаркам стран СНГ (Москве) – основные требования и рекомендации по проведению всемирных и международных выставок и ярмарок. 4. Международная система Карнетов АТА. Оформление документов для выставочных грузов, пересекающих границу.	1	ОК-6 ПК-4

	5. Оформление виз и паспортов специалистов, выезжающих на выставки за границу. Функции торгово-промышленной палаты РФ как гаранта Карнеты АТА.			
	<u>Практические занятия (семинары):</u>	-		
	<u>Индивидуальные занятия:</u>	-		
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение дополнительной литературы	4		
<b>Тема 9.</b> Внутренняя и внешняя среда функционирования предприятия.	<u>Лекции:</u> 1. Организация статистического и бухгалтерского учета выставочных организаций. 2. Права и обязанности бухгалтера выставки. 3. Порядок открытия и оформления расчетов по текущему счету дирекции выставок.	1	ОК-6 ПК-4	
	<u>Практические занятия (семинары):</u> 1. Правила об условиях труда работников на зарубежных выставках и ярмарках. 2. Порядок формирования бюджета выставочного мероприятия. 3. Типовые затраты в выставочной производственно-хозяйственной деятельности. 4. Работы по проектированию, художественному оформлению и обеспечению функционирования выставок.	6		
	<u>Индивидуальные занятия:</u>	-		
	<u>Самостоятельная работа</u> Подготовка к семинарскому занятию.	4		
<b>8 семестр</b>				
<b>Тема 10.</b> Составление сметы туристкой выставки-ярмарки. Анализ коммерческой эффективности проекта.	<u>Лекции:</u>	-	ОК-6 ПК-4	
	<u>Практические занятия (семинары):</u> 1. Типовой состав затрат на организацию выставки. 2. Затраты на творческую подготовку выставки. 3. Затраты на сбор информации; переписку с организаторами выставки; печатную рекламу и рекламу в СМИ. 4. Затраты на подготовку выставки и реализацию проекта. 5. Организация и финансирование участия в международных ярмарках и салонах за границей и всемирных выставках класса «ЭКСПО». 6. Анализ коммерческой эффективности выставочного проекта.	1		
	<u>Индивидуальные занятия:</u>	-		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение дополнительной литературы	2		
<b>Тема 11.</b>	<u>Лекции:</u>	4	ОК-6	

<p>Организационный план выставочного проекта.</p>	<p>1. Организационный план выставочного проекта: структура, цели и задачи. Стандартный документооборот по подготовке и проведению выставки-ярмарки.</p> <p>2. Временные рамки реализации плана подготовки и проведения выставки-ярмарки. Основные этапы: подготовка, запуск, финишная прямая, проведение выставки и подведение итогов.</p> <p>3. Процесс участия организации в работе выставки-ярмарки. Принятие решений об участии в выставке. Определение цели участия для решения маркетинговых задач организации.</p> <p>4. Характеристика структуры и функций органов выставки. Организационные мероприятия и документы рекламного и информационного обеспечения этапов плана выставочного проекта.</p> <p>5. Утверждение плана организационных, протокольных мероприятий и регламента работы выставки. Пакет заявочной документации.</p>		ПК-4
	<p><u>Практические занятия (семинары):</u></p>	-	
	<p><u>Индивидуальные занятия:</u></p>	-	
	<p><u>Самостоятельная работа:</u></p>		
	<p>Изучение дополнительной литературы</p>	2	
<p><b>Тема 12.</b> Разработка концепции выставочного проекта.</p>	<p><u>Лекции:</u></p>	-	ОК-6
	<p><u>Практические занятия (семинары):</u></p>		ПК-4
	<p>1. Маркетинговые исследования подготовительного этапа. Определение клиентской базы.</p>		
	<p>2. Тематико-экспозиционный план выставки, принципы организации экспозиции.</p>	1	
	<p>3. Структура экспонентов выставки.</p>		
	<p>4. Протокольные мероприятия. Promotion.</p>		
	<p>5. Рекламное и инфраструктурное обеспечение.</p>		
	<p><u>Индивидуальные занятия:</u></p>	-	
	<p><u>Самостоятельная работа:</u></p>		
	<p>Изучение дополнительной литературы</p>	2	
<p><b>Тема 13.</b> Разработка рекламной кампании проекта выставки-ярмарки.</p>	<p><u>Лекции:</u></p>		ОК-6
	<p>1. Маркетинговые исследования подготовительного этапа. Определение готовности рынка/отрасли к проведению проекта.</p>		ПК-4
	<p>2. Партнеры по организации выставки. Аналогичные выставочные проекты. Определение клиентской базы. Классификация и определение названия выставки.</p>	4	
	<p>3. Обоснование «содержательной» состоятельности проекта для рынка. Уникальные стороны проекта. Тематико-экспозиционный план выставки, принципы</p>		



	<p>организации экспозиции.</p> <p>4. Структура экспонентов выставки. Протокольные мероприятия. Конкурсная и презентационная программа.</p> <p>5. План PR работы, структура Promotion. Рекламное и инфраструктурное обеспечение.</p>		
	<p><u>Практические занятия (семинары):</u></p> <p>1. Разработка структуры Promotion проекта.</p> <p>2. План Promotion проекта.</p> <p>3. Формирование системы информационной поддержки проекта. Договоры об информационной поддержке.</p> <p>4. Разработка медиа-плана размещения рекламных обращений в СМИ.</p> <p>5. Определение комплекса полиграфической продукции.</p> <p>6. Разработка индивидуальных и спонсорских программ.</p> <p>7. Использование ресурсов Интернета.</p>	1	
	<p><u>Индивидуальные занятия:</u></p>	-	
	<p><u>Самостоятельная работа:</u></p> <p>Изучение дополнительной литературы</p>	2	
<b>Тема 14.</b> Структура мероприятий деловой программы выставки.	<p><u>Лекции:</u></p>	-	ОК-6 ПК-4
	<p><u>Практические занятия (семинары):</u></p> <p>1. Значение деловой программы выставки как инструмента маркетинга по привлечению целевой аудитории.</p> <p>2. Классификация мероприятий деловой программы выставки.</p> <p>3. Официальные мероприятия.</p> <p>4. Профессиональные мероприятия - типы, виды, содержание, способы проведения.</p> <p>5. Маркетинговые центры.</p> <p>6. Презентационные мероприятия.</p> <p>7. Дни страны/области/региона (компании, организации).</p> <p>8. Фестивали и конкурсы по тематике выставки.</p> <p>9. Тематические экскурсии.</p>	1	
	<p><u>Индивидуальные занятия:</u></p>	-	
	<p><u>Самостоятельная работа:</u></p> <p>Подготовка к семинарскому занятию.</p>	4	
<b>Тема 15.</b> Проведение выставки-ярмарки.	<p><u>Лекции:</u></p>	-	ОК-6 ПК-4
	<p><u>Практические занятия (семинары):</u></p> <p>1. Организационные мероприятия этапа «запуска» выставки агентской сети.</p> <p>2. Реализация программы государственной и профессиональной поддержки.</p> <p>3. Мероприятия этапа «финишная прямая». Работа с</p>	1	

	экспонентами. 4. Мероприятия этапа «проведение выставки». Реализация деловой программы. Реализация спецпроектов: лотереи, викторины, шоу-программы, концерты. 5. Организация и координация действий, работа с посетителями у стендов.		
	<u>Индивидуальные занятия:</u>	-	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к семинарскому занятию.	2	
<b>Тема 16.</b> Документационное обеспечение и делопроизводство по выставке.	<u>Лекции:</u>	-	ОК-6 ПК-4
	<u>Практические занятия (семинары):</u> 1. Государственные стандарты и правила (ГОСТ Р.6.30-97, ГОСТ Р. 15141-98 и др.) по «Делопроизводству». 2. Понятие «делопроизводства». 3. Документационное обеспечение управления. 4. Требования к учету и хранению документов, основные положения и особенности, вытекающие из характера выставочной деятельности. 5. Общее делопроизводство. Специальное делопроизводство. Выставочное делопроизводство. 6. Раздел «Выставки и ярмарки» общего делопроизводства. Специфические виды документов. 7. Инструкция Министерства культуры РФ по ведению делопроизводства в учреждениях культуры. 8. Раздел «Выставочные документы, представляющие культурную или историческую ценность».	1	
	<u>Индивидуальные занятия:</u>	-	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к семинарскому занятию.	2	
<b>Тема 17.</b> Подведение итогов выставки и после-выставочные мероприятия.	<u>Лекции:</u>	-	ОК-6 ПК-4
	<u>Практические занятия (семинары):</u> 1. Разбор результатов участия в выставке и подведение итогов. 2. Мероприятия по поддержанию и укреплению установленных контактов и связей. 3. Анализ выставочной деятельности. 4. Коммуникативность и коммерческая эффективность. 5. Итоговый отчет об участии в выставке. 6. Заключение договоров с экспонентами. 7. Официальный отчет проекта: структура, приложение, резюме.	2	
	<u>Индивидуальные занятия:</u>	-	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к семинарскому занятию.	2	

<b>Тема 18.</b> Маркетинговые исследования на выставках и ярмарках.	<u>Лекции:</u>	-	ОК-6 ПК-4
	<u>Практические занятия (семинары):</u> 1. Объект маркетинговых исследований на выставках/ярмарках. Исследование отраслевого рынка. 2. Преимущества исследований на выставках. Сбор и обработка статистических данных для выявления степени престижности проекта. Определение методики статистических и социологических исследований на выставке. 3. Применение данных статистических исследований для корректировки маркетинговых стратегий. 4. Определение новых тенденций в развитии рынка. Динамика показателей тематических и отраслевых выставок/ярмарок.	2	
	<u>Индивидуальные занятия:</u>	-	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к семинарскому занятию.	2	

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

- лекционные занятия: проблемные и интерактивные лекции, лекция-визуализация, лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция-анализ ситуаций;
- практические занятия: тематические семинары, проблемные семинары, «круглые столы», формы «коллективной мыслительной деятельности» и анализа проблемных ситуаций;
- самостоятельная работа: обязательная самостоятельная работа студента по заданию преподавателя, выполняемая во внеаудиторное время, индивидуальная самостоятельная работа студента под руководством преподавателя;
- Интернет-ресурсы.
- Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе составляют не менее 18 % от всего объема аудиторных занятий по направлению подготовки.

## 6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Текущая аттестация студентов производится лектором или преподавателем, ведущим семинарские занятия по дисциплине в следующих формах:

- опрос;
- тестирование;

- выполнение заданий на занятии;
- письменные домашние задания и т.д.;
- отдельно оцениваются личностные качества студента.

**Промежуточный контроль** по результатам семестра по дисциплине проходит в форме письменного экзамена (включает в себя ответ на теоретические вопросы) либо компьютерного тестирования.

Оценивание уровня учебных достижений студента осуществляется в виде текущего и промежуточного контроля в соответствии с ПОЛОЖЕНИЕМ о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов КГИК.

### **6.1. Примеры семинарских занятий**

#### **Тема 1. Выставки как инструмент маркетинга в туризме**

- Маркетинговые коммуникации в сфере выставочно-ярмарочного турбизнеса.
- Основные международные, российские туристские выставки. Выставочная деятельность в Краснодарском крае.
  - Организационное построение и функциональная деятельность выставок, выставок-продаж, выставок-салонов в туристской сфере.
  - Основные направления выставочно-ярмарочной торговли.
  - Основные цели ярмарочных торгов.
  - Предмет деятельности ярмарки.

#### **Тема 2. Рекламный менеджмент в выставочно-ярмарочной деятельности в сфере туризма**

- Рекламно-выставочный менеджмент в условиях специфического рынка рекламных и выставочных услуг.
  - Менеджмент по комплектованию выставок и работе с экспонатами.
  - Менеджмент по продаже выставочных площадей.
  - Особенности требований к профессии менеджера по рекламе и выставкам в туризме.

#### **Тема 3. Реклама на выставках и ярмарках**

- Особенности рекламы на выставках и ярмарках.
- Информационно-рекламное сопровождение выставочного проекта.
- Реклама выставки-ярмарки ее организаторами.
- Реклама товаров и услуг экспонентов.
- Подготовка спецрекламы: каталоги, планы и программы мероприятий, проспекты-путеводители, афиши-плакаты.
  - Методы распространения тиража печатной продукции.
  - Реклама в средствах массовой информации.
  - Этапы работы с потенциальными посетителями выставки-ярмарки.
  - Информационные письма.

#### **Тема 4. Выставочный дизайн.**

- Планирование экспозиции.
- Факторы определения места для стенда на выставке.
- Основные параметры выставочных стендов. Стоимость. Форма, цвет, дизайн.

Многоразовые модули.

- Применение спецэффектов, разновидности графики, средства хранения экспозиционных материалов.
- Средства создания и оформления экспозиции.
- Методы показа экспозиции.

#### **Тема 5. Нормативно-правовая база рекламы и выставочной деятельности**

- Реклама и выставки как объект хозяйственного права.
- Основные положения и законодательные акты, распространяющиеся на рекламу и выставочно-ярмарочную деятельность в РФ.
- Инструкции Минкультуры РФ по вывозу за границу культурных ценностей.
- Таможенные правила для рекламной продукции и выставочных грузов.
- Таможенный кодекс РФ.
- Основные требования и рекомендации по проведению всемирных и международных выставок и ярмарок.
- Международная система Карнетов АТА.
- Оформление виз и паспортов специалистов.

#### **Тема 6. Особенности бухгалтерского учета в выставочном деле**

- Организация статистического и бухгалтерского учета выставочных организаций.
- Правила об условиях труда работников на зарубежных выставках и ярмарках.
- Порядок формирования бюджета выставочного мероприятия.
- Типовые затраты в выставочной производственно-хозяйственной деятельности.
- Работы по проектированию, художественному оформлению и обеспечению функционирования выставок.

#### **Тема 7. Анализ коммерческой эффективности проекта туристской выставки**

- Типовой состав затрат на организацию выставки.
- Затраты на творческую подготовку выставки.
- Затраты на сбор информации; переписку с организаторами выставки; печатную рекламу и рекламу в СМИ.
- Затраты на подготовку выставки и реализацию проекта.
- Организация и финансирование участия в международных ярмарках и салонах за границей и всемирных выставках класса «ЭКСПО».
- Анализ коммерческой эффективности выставочного проекта.

#### **Тема 8. Организационный план выставочного туристского проекта**

- Организационный план выставочного проекта: структура, цели и задачи.
- Характеристика структуры и функций органов выставки.
- Организационные мероприятия и документы рекламного и информационного обеспечения этапов плана выставочного проекта в туризме.

- Утверждение плана организационных, протокольных мероприятий и регламента работы выставки.

- Пакет заявочной документации.

#### **Тема 9. Разработка концепции выставочного проекта**

- Маркетинговые исследования подготовительного этапа. Определение клиентской базы.

- Тематико-экспозиционный план выставки, принципы организации экспозиции.

- Структура экспонентов выставки.

- Протокольные мероприятия. Promotion.

- Рекламное и инфраструктурное обеспечение.

#### **Тема 10. Разработка рекламной кампании проекта туристской выставки-ярмарки**

- Разработка структуры Promotion проекта.

- План Promotion проекта.

- Формирование системы информационной поддержки проекта. Договоры об информационной поддержке.

- Разработка медиа-плана размещения рекламных обращений в СМИ.

- Определение комплекса полиграфической продукции.

- Разработка индивидуальных и спонсорских программ.

- Использование ресурсов Интернета.

#### **Тема 11. Структура мероприятий деловой программы туристской выставки**

- Значение деловой программы выставки как инструмента маркетинга по привлечению целевой аудитории.

- Классификация мероприятий деловой программы выставки.

- Официальные мероприятия.

- Профессиональные мероприятия - типы, виды, содержание, способы проведения.

- Маркетинговые центры.

- Презентационные мероприятия.

- Дни страны/области/региона (компании, организации).

- Фестивали и конкурсы по тематике выставки.

- Тематические экскурсии.

#### **Тема 12. Проведение туристской выставки-ярмарки**

- Организационные мероприятия этапа «запуска» выставки агентской сети.

- Реализация программы государственной и профессиональной поддержки.

- Мероприятия этапа «финишная прямая». Работа с экспонентами.

- Мероприятия этапа «проведение выставки». Реализация деловой программы.

Реализация спецпроектов: лотереи, викторины, шоу-программы, концерты.

- Организация и координация действий, работа с посетителями у стендов.

#### **Тема 13. Документационное обеспечение и делопроизводство по выставке**

- Государственные стандарты и правила (ГОСТ Р.6.30-97, ГОСТ Р. 15141-98 и др.) по «Делопроизводству».

- Понятие «делопроизводства».

- Документационное обеспечение управления.

- Требования к учету и хранению документов, основные положения и особенности, вытекающие из характера выставочной деятельности.
- Общее делопроизводство. Специальное делопроизводство. Выставочное делопроизводство.
- Раздел «Выставки и ярмарки» общего делопроизводства. Специфические виды документов.
- Инструкция Министерства культуры РФ по ведению делопроизводства в учреждениях культуры.
- Раздел «Выставочные документы, представляющие культурную или историческую ценность».

#### **Тема 14. Подведение итогов туристской выставки**

- Разбор результатов участия в выставке и подведение итогов.
- Мероприятия по поддержанию и укреплению установленных контактов и связей.
- Анализ выставочной деятельности.
- Коммуникативность и коммерческая эффективность.
- Итоговый отчет об участии в выставке.
- Заключение договоров с экспонентами.
- Официальный отчет проекта: структура, приложение, резюме.

#### **Тема 15. Маркетинговые исследования на туристских выставках и ярмарках**

- Объект маркетинговых исследований на выставках/ярмарках. Исследование отраслевого рынка.
- Преимущества исследований на выставках. Сбор и обработка статистических данных для выявления степени престижности проекта. Определение методики статистических и социологических исследований на выставке.
- Применение данных статистических исследований для корректировки маркетинговых стратегий.
- Определение новых тенденций в развитии рынка. Динамика показателей тематических и отраслевых выставок/ярмарок.

#### **6.2. Примерный перечень тем рефератов**

1. Технологии выставочной деятельности, сущность и структура.
2. Планирование участия в выставке.
3. Характер потребления культурного продукта: элитарный, массовый.
4. Организация выставок различного уровня (международные, городские).
5. Стационарные, передвижные выставки.
6. Специфика работы дизайнера, архитектора, художника-декоратора.
7. Понятие экспозиция как основная форма выставочной деятельности.
8. Научная концепция экспозиции.
9. Принципы отбора экспонатов.
10. Экспозиция в художественном, историческом музеях, выставочных залах.
11. Принципы построения экспозиции.
12. Методы построения экспозиции.
13. Художественные средства оформления
14. Специфика подготовки каталогов.
15. Выставочное оборудование.
16. Влияние социально-психологических факторов на восприятие экспозиции.
17. Социологические исследования аудитории.
18. Организация маршрутов движения посетителей.
19. Особенности работы с посетителями.

20. Критерии успеха выставки и планирование методов их достижения
21. Менеджмент выставочной деятельности.
22. Маркетинг выставочной деятельности.
23. Источники финансирования выставки.

### **Словарь терминов (глоссарий)**

**Бродсайт** – листовый рекламный материал большого формата. Складывается и рассылается по почте без конверта.

**Буклет** – сфальцованное (в один или несколько раз) многокрасочное, хорошо иллюстрированное издание.

**Выставка** – публичный показ собрания, каких – либо произведений искусства, предметов, растений и т. п.

**Выставки и ярмарки** - это рыночные мероприятия, на которых экспоненты представляют на основе выставочных образцов производимые товары и услуги.

В рамках выставок и ярмарок организации (экспоненты) с помощью образцов (экспонатов) демонстрируют производимые товары и услуги с целью изучения конъюнктуры рынка и содействия их сбыту.

**Выставочный организатор** - это зарегистрированная в соответствии с российским законодательством организация, основным видом деятельности которой является подготовка и проведение выставочно-ярмарочных мероприятий в России и за рубежом. Выставочный организатор может быть владельцем выставочных площадей или организовывать выставочно-ярмарочные мероприятия на арендуемых выставочных площадях.

**Графический знак, эмблема** - символ, представляющий определенную досуговую организацию: клуб, парк культуры и отдыха, библиотеку, центр досуга, шоу, молодежное кафе и т.д.

**Изобразительный знак** - это изображение одушевленных и неодушевленных объектов, символов (круг - солнце, треугольник - горы и т.д.), абстрактные изображения, орнаменты, художественно выполненные буквы и цифры, а также различные сочетания всех перечисленных элементов.

**Демонстрация** – публичный показ чего-либо.

**Деятельность** – занятие, труд в какой - либо области.

**Организация выставки** – комплексная работа людей различных специальностей: музееведов, психологов, дизайнеров, архитекторов, художников – специалистов, которые применяют свои знания, чтобы экспозиция раскрывала обозначенные в её научной концепции проблеме, а также отвечала современным запросам посетителя.

**Листовка** – малоформатное, относительно недорогое издание без фальцовки (сгибов).

**Маркетинг** – метод управления конкретной деятельностью, направленной на удовлетворение соответствующих потребностей и развитие спроса.

**Менеджмент** — управление, вид деятельности по руководству людьми в самых разнообразных организациях.

**Менеджер** — определенная категория людей, осуществляющих работу по управлению.



**Музей** – особое научно-культурное учреждение, которое выбирает и собирает природные и общественные объекты, являющиеся подлинными ценностями и используемые в научных и культурных целях.

**Оборудование выставки** – это специальные приспособления для демонстрации экспонатов (экспозиционное оборудование).

**Организаторская деятельность** — практическая деятельность по руководству людьми, согласованию их совместных действий и управлению ими.

**Плакат** – многокрасочное издание большого формата, посвященное какому-либо товару и организации.

**Планирование** — разработка общих целей, конкретизация и детализация их в задания, которые необходимо выполнить в сравнительно короткий период времени, определяя пути и средства достижения их результативности.

**Подиум** – возвышение для открытого экспонирования объемных предметов.

**Предприниматель** — организатор выгодного дела, выгодного предприятия.

**Предпринимательство** — деятельность предпринимателя.

**Проспект** – многостраничное, сброшюрованное, хорошо иллюстрированное издание.

**Специальное (уникальное) оборудование** – создается для конкретного музея с учетом специфики экспонатов, архитектуры помещений и многих других факторов, важных с точки зрения художественного решения экспозиции.

**Стратегия** — искусство планирования руководства, основанного на правильных и далеко идущих прогнозах.

**Реклама** – специфическая область социальных массовых коммуникаций, целью которой является активное коммуникационное воздействие на аудиторию, способствующее решению определенных маркетинговых задач рекламодателя.

**Словесный фирменный знак** - это название фирмы, определенным образом написанное.

**Стенд** – это вертикальный щит для плоскостного экспонирования.

**Турникет** – подобие книги с твердыми перекидными листами, укрепленными на шарнирах.

**Уникальный музейный предмет** – предмет, существующий в настоящее время в единственном числе или очень ограниченном числе и обладающий особой научной и социально - культурной ценностью.

**Фандрейзинг** – направление менеджмента по привлечению и аккумуляции внешних источников финансирования.

**Фирменный стиль** — набор графических, дизайнерских, цветовых, словесных, типографских постоянных элементов (констант), обеспечивающих визуальное и смысловое единство всей информации, исходящей от организации, ее внутреннего и внешнего оформления.

**Универсальное оборудование** - представляет собой различные унифицированные, гибкие модульные системы, которые чаще всего используются на выставках в крупных музейных центрах.

**Экономическая эффективность** - определяет прирост реальных доходов предприятий и финансовых поступлений в бюджеты различных уровней вследствие реализации программ или мероприятий в области выставочно-ярмарочной деятельности.

**Экспозиция** – основная форма музейной коммуникации. Реализуется путем демонстрации музейных предметов, организованных и размещенных в соответствии с разработанной музеем научной концепцией и современными принципами архитектурно – художественных решений.

### **6.3. Тесты к проверке знаний студентов**

**1. Исторически обусловленный многофункциональный институт социальной информации, предназначенный для сохранения культурно-исторических и естественно-научных ценностей, а так же накопления и распространения информации посредством предметов – это:**

а) архив; б) музей; в) выставочный зал; г) экспозиция.

**2. Основной социальной функцией музея является:**

а) научно-документационная; б) охранная; в) исследовательская; г) все вместе.

**3. Собрание музейных предметов, способное дать информацию и оказать эмоциональное воздействие, смонтированное на неограниченный срок и отвечающее художественному решению музея в целом – это:**

а) выставка; б) ярмарка; в) выставочный зал; г) экспозиция.

**4. Художественные копии предметов и внемузейных объектов, включаемые в экспозицию в строго обусловленных случаях – это:**

а) воспроизведения музейных предметов; б) научно-вспомогательные материалы; в) фонокоментарии; г) указатели.

**5. Наглядное пояснение музейных предметов и отраженных в них явлений в виде схем, диаграмм и т. д. называется:**

а) воспроизведения музейных предметов; б) научно-вспомогательные материалы; в) фонокоментарии; г) указатели.

**6. Карточка музейных предметов по номеру в инвентарной книге называется:**

а) систематическая; б) предметная; в) топографическая; г) инвентарная.

**7. Карточка музейных предметов, содержащая все сведения об их перемещении называется:**

а) систематическая; б) предметная; в) топографическая; г) инвентарная.

**8. План, содержащий график размещения материалов, текст, маршрут и т.д. называется:**

а) тематический; б) экспозиционный; в) выставочный; г) генеральный.

**9. План экспозиции с развернутым содержанием и программой подбора материала называется:**

а) тематический; б) экспозиционный; в) выставочный; г) генеральный.

**10. Главная задача художественного оформления экспозиции:**

а) довести до зрителя ее идейный смысл; б) эстетика; в) повысить привлекательность;

г) обеспечить визуальную содержательность.

**11. Музейные службы, обеспечивающие наиболее эффективное выполнение определенных функций называются:**

а) службы обеспечения; б) отдел маркетинга; в) функциональный комплекс; г) методотдел.

**12. Кем сформулированы «шестьдесят золотых правил успешного проведения выставки»:**

а) Гуляевым; б) Зориным и Квартальновым; в) Д. Олвудом и Б. Монтгомери;

г) таких правил не существует.

**13. Экономическая выставка образцов, которая, в соответствии с обычаями той страны, на территории которой она находится, представляет собой крупный рынок товаров, действующий в установленные сроки в течение ограниченного периода времени в одном и том же месте....:**

а) ярмарка; б) демонстрация; в) торговля на выезде; г) среди ответов нет верного.

**14. Крупнейшая выставочная территория мира – это:**

а) Канада (Торонто); б) Франция (Париж); в) Германия (Ганновер); г) Испания (Барселона).

**15. Крупнейшая выставочная территория России – это:**

а) Москва (Экспоцентр); б) Москва (ВВЦ); в) Санкт-Петербург (Ленэкспо); г) Москва (Сокольники).

**16. В 1996 г. на Новопесчаной улице столицы открылся постоянно действующий ярмарочный центр. Здесь была представлена продукция более сорока предприятий легкой промышленности: ткани, одежда, обувь, игрушки, бытовая техника. Событие знаменательное, поскольку выставка-ярмарка организована в достаточно непростые для промышленности дни. Речь идет о:**

а) Центр московской промышленности «Москонтрактпром»; б) Выставочный комплекс «Сокольники»; в) Закрытое акционерное общество «Экспоцентр»; г) Центр международной торговли и научно-технических связей с зарубежными странами («Совинцентр»).

**17. Выставочное предприятие, сформированное на базе ВДНХ:**

а) Центр московской промышленности «Москонтрактпром»; б) Выставочный комплекс «Сокольники»; в) ЗАО «Экспоцентр»; г) Всероссийский выставочный центр.

**18. Единственное выставочное предприятие в России, являющееся членом «Интерэкспо» (международной неправительственной ассоциации организаторов коллективных выставок) и единственное в России сооружение, отвечающим современным требованиям выставочного бизнеса.**

а) Центр московской промышленности «Москонтрактпром»; б) Выставочный комплекс «Сокольники»; в) ЗАО «Экспоцентр»; г) Центр международной торговли и научно-технических связей с зарубежными странами («Совинцентр»).

**19. Выставочное предприятие, расположенное в Московском Парке культуры и отдых и положившее начало формированию российских отраслевых рынков:**

а) Центр московской промышленности «Москонтрактпром»; б) Выставочный комплекс «Сокольники»; в) ЗАО «Экспоцентр»; г) Центр международной торговли и научно-технических связей с зарубежными странами («Совинцентр»).

**20. Временная музейная экспозиция называется:**

а) ярмарка; б) демонстрация; в) выставка; г) среди ответов нет верного.

### **Тесты по проверке остаточных знаний**

*Экономическая выставка образцов, которая, в соответствии с обычаями той страны, на территории которой она находится, представляет собой крупный рынок товаров, действующий в установленные сроки в течение ограниченного периода времени в одном и том же месте....:*

а) ярмарка; б) демонстрация; в) торговля на выезде; г) среди ответов нет верного.

*Крупнейшая выставочная территория мира – это:*

а) Канада (Торонто); б) Франция (Париж); в) Германия (Ганновер); г) Испания (Барселона).

*Крупнейшая выставочная территория России – это:*

а) Москва (Экспоцентр); б) Москва (ВВЦ); в) Санкт-Петербург (Ленэкспо); г) Москва (Сокольники).

*В 1996 г. на Новопесчаной улице столицы открылся постоянно действующий ярмарочный центр. Здесь была представлена продукция более сорока предприятий легкой промышленности: ткани, одежда, обувь, игрушки, бытовая техника. Событие знаменательное, поскольку выставка-ярмарка организована в достаточно непростые для промышленности дни. Речь идет о:*

а) Центр московской промышленности «Москонтрактпром»; б) Выставочный комплекс «Сокольники»; в) Закрытое акционерное общество «Экспоцентр»; г) Центр международной торговли и научно-технических связей с зарубежными странами («Совинцентр»).

*Выставочное предприятие, сформированное на базе ВДНХ:*

а) Центр московской промышленности «Москонтрактпром»; б) Выставочный комплекс «Сокольники»; в) ЗАО «Экспоцентр»; г) Центр международной торговли и научно-технических связей с зарубежными странами («Совинцентр»).

*Единственное выставочное предприятие в России, являющееся членом «Интерэкспо» (международной неправительственной ассоциации организаторов коллективных выставок) и единственное в России сооружение, отвечающим современным требованиям выставочного бизнеса.*

а) Центр московской промышленности «Москонтрактпром»; б) Выставочный комплекс «Сокольники»; в) ЗАО «Экспоцентр»; г) Центр международной торговли и научно-технических связей с зарубежными странами («Совинцентр»).

*Выставочное предприятие, расположенное в Московском Парке культуры и отдыха и положившее начало формированию российских отраслевых рынков:*

а) Центр московской промышленности «Москонтрактпром»; б) Выставочный комплекс «Сокольники»; в) ЗАО «Экспоцентр»; г) Центр международной торговли и научно-технических связей с зарубежными странами («Совинцентр»).

*Кем сформулированы «шестьдесят золотых правил успешного проведения выставки»:*

а) Гуляевым; б) Зориным и Квартальновым; в) Д. Олвудом и Б. Монтгомери;

#### **6.4. Вопросы для проведения текущего контроля**

1. Искусство экспонирования и развития направлений его использования.
2. Судьба выставок и ярмарок в России.
3. Важнейшие функции и задачи выставок в современном обществе.
4. Принципы стратегии работы с посетителями торговой выставки.
5. Особенности рекламной и коммерческой работы студента на выставке.
6. Особенности выставочных коммуникаций.
7. Роль и место PR в выставочной деятельности фирмы.
8. Технология подготовки современной арт-выставки.
9. Художественное проектирование и оформление выставки.
10. Современные требования к организации работы выставки.
11. Организация работ в послевыставочный период.
12. Основные задачи и функции стендиста на выставке.
13. Понятие и элементы выставочного менеджмента.
14. Современный международный рынок выставочных услуг.
15. Особенности организации и значение выставочно-ярмарочной деятельности в странах и регионах мира.
16. Анализ выставочно-ярмарочной деятельности в России.
17. Координация выставочной деятельности.
18. Организация, экономика и финансы выставочной деятельности.
19. Эскизный проект выставки. Типы выставочных стендов и оборудования.
20. Анализ и оценка результатов работы на выставке. Послевыставочная деятельность.

#### **6.5. Вопросы к экзамену по дисциплине «Технологии выставочной деятельности»**

1. Предмет «Экспозиционная и выставочная работа». Принципы, цели и задачи курса. Методы исследования. Место предмета в системе наук.
2. Основные определения.
3. Классификация международных выставок и ярмарок.
4. Основные принципы выставочного маркетинга.

5. Выставки среди инструментов маркетинга.
6. Определение целей участия в выставке.
7. Осмысление решения об участии на выставке.
8. Выбор выставки.
9. Планирование процесса и формы участия в выставке.
10. Выбор экспонатов и выставочной программы.
11. Регистрация и оформление участия в выставке.
12. Значение выставочного стенда в организационном процессе.
13. Выставочная работа на стенде. Особенности работы на стенде.
14. Последующая обработка данных.
15. Шестьдесят золотых правил успешного проведения выставки Олвуда и Монтгомери.
16. Понятие инфраструктуры выставочной деятельности.
17. Координация выставочной деятельности со странами СНГ.
18. Роль государства в развитии выставочной деятельности в России.
19. Характеристика существующей нормативно-правовой базы выставочно-ярмарочной деятельности.
20. Межгосударственный совет по выставочно-ярмарочной деятельности.
21. Роль торгово-промышленной палаты Российской Федерации в координации выставочной деятельности.
22. Международный союз выставок и ярмарок.
23. Структуры, координирующие выставочную деятельность на международном уровне.
24. Управление выставочной деятельностью в России и в СНГ.
25. Роль государства в организации торговых выставок в мире.
26. Значение специализированных выставочных центров Москвы для выставочного бизнеса города.
27. Разработка управленческих решений в организации выставочной деятельности в Москве.
28. Выставочные центры Москвы: ВВЦ, ЗАО «ЭКСПОЦЕНТР».
29. Выставочные центры Москвы: ВК «СОКОЛЬНИКИ», ОАО «РОССТРОЙЭКСПО», АО «СОВИНЦЕНТР».
30. Другие выставочные центры Москвы.
31. Выставочная политика администрации Санкт-Петербурга. Концепция выставочно-ярмарочной деятельности Санкт-Петербурга.
32. Выставочные центры Санкт-Петербурга. Выставочный комплекс «Ленэкспо», Михайловский манеж.
33. Выставочные центры Санкт-Петербурга. Центральный выставочный зал «Манеж», Петербургский спортивно-концертный комплекс.
34. Выставочные организации Санкт-Петербурга – члены выставочной ассоциации при Санкт-Петербургской ТПП ЗАО «Выставочное объединение «РЕСТЭК», ЗАО «Всемирная ярмарка «Российский фермер»» ЗАО «Fareхро» и другие.
35. Некоторые характеристики и тенденции выставочной отрасли. Смена приоритетов.
36. Территориальное распределение выставок. Тематика выставок.
37. Выставочные комплексы и сервисные услуги.
38. Выставочные комплексы в Северо-Кавказском федеральном округе. «КраснодарЭКСПО».
39. Роль туристских выставочных мероприятий в системе маркетинговых коммуникаций.
40. Процесс организации участия туристической фирмы в работе выставки.

41. Основные статьи затрат турпредприятия на участие в выставке.
42. Работа персонала во время международной туристской выставки.
43. Основные понятия музейных экспозиций.
44. Принципы построения экспозиций исторических музеев.
45. Методы построения музейных экспозиций.
46. Тематическая структура экспозиций музеев исторического профиля.
47. Экспозиционные материалы.
48. Экспозиционные комплексы.
49. Особенности экспозиций разных групп музеев исторического профиля.
50. Организация и основные этапы художественного проектирования музейных экспозиций.
51. Реализация архитектурно-художественного проекта экспозиции.

## **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. Основы выставочно-ярмарочной деятельности : учебное пособие / Л.Е. Стровский, Е.Д. Фролова, Д.Л. Стровский и др. ; под ред. Л.Е. Стровский. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 288 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00821-X ; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114544> (05.10.2017)
3. Синяева, И.М. Маркетинг в коммерции : учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев ; под ред. Л.П. Дашкова. - 4-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2016. - 548 с. : ил. - Режим доступа: по подписке. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453933> (дата обращения: 01.12.2020). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02388-0. - Текст : электронный.

### **7.2. дополнительная литература**

1. Горбачев, А.А. Опыт подготовки специалистов инвалидов средствами искусства и культурно-познавательного туризма / А.А. Горбачев, Д.А. Горбачева, Г.С. Сазыка // Курорты. Сервис. Туризм. -2015. - № 3-4 (28-29). - С. 18-28.
2. Щетинская Н.Б. Развитие коммуникативной компетентности студентов с ограниченными возможностями здоровья: методические рекомендации для студентов. - Краснодар: КГИК, 2016. - 28 с.
3. Докашенко, Л.В. Экономика и организация конгрессно-выставочной деятельности : учебное пособие / Л.В. Докашенко ; Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма. - Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2015. - 164 с. : табл. - Режим доступа: по подписке. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438990> (дата обращения: 01.12.2020). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7410-1207-9. - Текст : электронный.
4. Карцева, Е.А. Выставочное и галерейное дело : учебное пособие : [16+] / Е.А. Карцева. - Москва : Директмедиа Паблишинг, 2019. - 197 с. : табл. - Режим доступа: по подписке. - URL:<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496771> (дата обращения: 01.12.2020). - Библиогр.: с. 184. - ISBN 978-5-4475-5716-4. - DOI 10.23681/496771. - Текст : электронный.
5. Коноплева, Н.А. Сервис в современной культуре : учебное пособие : [16+] / Н.А. Коноплева. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. - 333 с. : ил., табл. - Режим доступа: по

подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574375> (дата обращения: 01.12.2020). – ISBN 978-5-4499-0715-8. – DOI 10.23681/574375. – Текст : электронный.

### 7.3. Периодические издания

1. Туризм: практика, проблемы, перспективы (журнал).
2. Турбизнес (журнал)
3. Отель (журнал)
4. Страноведение - «Золотая площадь»( международный журнал [www.goldenplazamagazine.ru](http://www.goldenplazamagazine.ru)
5. ).Культура и страноведение - Goethe-Institut. [www.goethe.de](http://www.goethe.de)

### 7.4. Интернет-ресурсы

1. [www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru) (Официальный сайт Федерального агентства по туризму РФ)
2. [http://www.neg.by/publication/4015\\_r.html](http://www.neg.by/publication/4015_r.html) (Публикации по экономике туризма)
3. [www.tssr.ru](http://www.tssr.ru) (Федерация спортивного туризма России)
4. <http://www.biodiversity.ru/publications/books/tourism/p5.html> (Регулируемый туризм и отдых в национальных парках)
5. [www.rata.spb.ru](http://www.rata.spb.ru) (Российский союз туристской индустрии)

### 7.5. Методические указания и материалы по видам занятий

Виды самостоятельной работы студентов, обеспечивающие реализацию цели и решение задач данной рабочей программы:

- подготовка к семинарским занятиям;
- изучение тем дисциплины, выносимых для самостоятельного изучения студентам очной формы обучения;
- выполнение работы  
подготовка и сдача экзамена

Самостоятельная работа студентов, должна начинаться с первого же дня его изучения на семинарских и практических занятиях.

На каждом семинаре нужно активно выступать, что будет способствовать лучшему усвоению материала и позволит преподавателю (если подобная практика в вузе существует) поставить зачет с учетом выступлений на семинарах и научных конференциях, в чем он заинтересован, как правило, не менее аспиранта.

Целесообразно не отказываться также от подготовки докладов, рефератов. Все это развивает и позволяет лишней раз обратить на себя внимание преподавателя.

Самый лучший способ для этого - аккуратно посещать все занятия (как лекции, так и семинары). Во-первых, это дает (порой очень большие) знания, а во-вторых, позволит преподавателю запомнить усердного студента и в случае затруднений на зачете отнестись к ответу более снисходительно.

Важность посещения лекций обусловлена двумя обстоятельствами.

Прежде всего, они обычно не повторяют, а дополняют и развивают материал учебника. В лекции преподаватель может использовать порой десятки источников, ознакомиться с которыми студенту при подготовке к зачету просто невозможно. Вопросы же по лекционному материалу обязательно входят в билеты или могут быть заданы дополнительно.

Кроме того, присутствие на лекциях поможет неплохо изучить преподавателя, его привычки, психологию, сильные и слабые стороны, а, следовательно, заранее выработать стратегию и тактику поведения на экзаменах. Это дает усердным аспирантам существенное преимущество по сравнению с теми, кто на лекции не ходил.

Методические рекомендации по подготовке контрольных работ даны в методическом пособии «Реферат, контрольная работа, курсовой и дипломный проект: методика написания и требования. Для преподавателей и студентов очного и заочного обучения»/ Составители: Горбачева Д.А., Горбачев А.А., Горбачева В.А. -Краснодар, КГУКИ, 2010.-60 с.

**Порядок проведения экзамена (зачета).** К экзамену допускаются студенты:

- успешно прошедшие рубежный контроль (студенты очного отделения), - допущенные к экзамену. Накануне зачета (экзамена) преподаватель проводит консультацию, где

студенты получают разъяснения на вопросы, возникшие в ходе подготовки к зачету (экзамену).

Студенты, имеющие допуск к досрочной сдаче зачета (экзамена) информируют преподавателя заранее. График проведения их зачета (экзамена) устанавливает преподаватель.

Непосредственно на зачете (экзамене) в процессе подготовки к ответу запрещено пользоваться учебной литературой и лекционными записями. Студент может иметь при себе экономический или внешнеэкономический словарь и пользоваться им в ходе подготовки ответа на вопросы билета.

Ответы должны быть по существу поставленных вопросов, конкретными и четкими. Студент должен владеть основным понятийным аппаратом изучаемого курса. Если ответ требует изложить эволюцию процесса, перечислить ее этапы, указать на экономические последствия. Ссылки на законодательные акты и административно-правовые нормы предполагают их правильное название, знание предмета и область регулирования.

Освещение в ответе каких-либо тенденций или динамики процессов должно иметь под собой объективные цифры. Безусловно, не требуется знание точных данных, но порядок цифр должен быть выдержан. В случае несогласия преподавателя признать ответ правильными, студент должен быть готовым подтвердить их правильность ссылкой на источник информации (представить учебник, журнал, словарь и т.п.) Преподаватель вправе задавать студенту дополнительные вопросы по ходу или в конце ответа в рамках экзаменационного вопроса, с целью объективной оценки знаний студента. Позитивное участие студента в подготовке, проведении семинарских занятий и дискуссий в форме докладов, выступлений и сообщений по изучаемому курсу, безусловно, учитывается преподавателем и находит свое отражение в положительной оценке на зачете (экзамене). График приема задолженностей согласовывается с деканатом и в течении сессии студентам предоставляется возможность пересдачи зачета (экзамена). За рамками сессии прием задолженностей осуществляется по отдельному графику и требует отдельного согласования с преподавателем.

Рекомендации к самостоятельной работе студента Докладчики и содокладчики - основные действующие лица. Они во многом определяют содержание, стиль, активность данного занятия. Сложность в том, что докладчики и содокладчики должны знать и уметь очень многое:

- a. сообщать новую информацию
- b. использовать технические средства
- c. знать и хорошо ориентироваться в теме всей презентации (семинара)
- d. уметь дискутировать и быстро отвечать на вопросы
- e. четко выполнять установленный регламент



f. иметь представление о композиционной структуре доклада.

Необходимо помнить, что выступление состоит из трех частей: вступление, основная часть и заключение.

Вступление помогает обеспечить успех выступления по любой тематике.

Вступление должно содержать:

- название презентации (доклада)
- сообщение основной идеи
- современную оценку предмета изложения
- краткое перечисление рассматриваемых вопросов
- живую интересную форму изложения
- акцентирование оригинальности подхода

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части - представить достаточно данных для того, чтобы слушатели и заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудио-визуальных и визуальных материалов.

Заключение - это ясное четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

## **7.6. Программное обеспечение**

### **Adobe Acrobat X Pro создание редактирование PDF документов**

Операционная система **MS Windows версии XP, 7,8,10**

### **CloneDVD2**

### **MS office professional plus 2007, MS office professional plus 2010**

(Включает комплект программ

- \* Microsoft Office Access – программа создания баз данных
- \* Microsoft Office Excel- редактор таблиц
- \* Microsoft Office InfoPath- Приложение, используемое для разработки форм ввода данных на основе XML
- \* Microsoft Office Outlook - Персональный информационный менеджер с функциями почтового клиента
- \* Microsoft Office PowerPoint –программа создания презентаций
- \* Microsoft Office Word – текстовый редактор).

**Гарант** Справочно- правовая система

**Консультант +** Справочно- правовая система

**WinRAR 3x** Программа -архиватор

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя презентацию лекционного курса и наборы иллюстративных и видео материалов по основным темам.

Раздаточный материал, ситуационные задачи, наглядная информация по темам учебной дисциплины.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Электронные версии справочников, энциклопедий, словарей, электронных учебных пособий, программные средства для научных исследований.

Каждый обучающийся должен быть обеспечен доступом к электронно-библиотечной системе (электронной библиотеке) университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) университета обеспечивает возможность индивидуального доступа каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

Материально-техническая база КГИК обеспечивает проведение всех видов учебной, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Оборудованы учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Лаборатория технологий туристско-рекреационного проектирования и освоения территорий.

Специальная аудитория оборудованная аудио и видеоаппаратурой. Библиотека, читальный зал.

Компьютерные средства обучения стандартной комплектации. Компьютеры с программами обеспечивающими доступ студентов к базам данных.

Наличие компьютера со свободным доступом в интернет.

Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, в том числе служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа имеется демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации к рабочим учебным программам дисциплин (модулей). Учебно-исследовательская работа обучающихся обеспечивается деятельностью студенческого научного общества, регулярным проведением конференций и других мероприятий.

Выделены помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с подключением к сети "Интернет" и электронной информационно-образовательной среде института. Институт обеспечен лицензионным программным обеспечением в соответствии с рабочими программами дисциплин (модулей) и практик. Определены помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Создание необходимых условий, направленных на обеспечение образовательного процесса для инвалидов и лиц с ОВЗ: - специальная страница на сайте института; - пандусы, поручни, распашные двери и др.; - специальное учебное, медицинское оборудование; - специально оборудованные санитарно-гигиенические помещения; - оснащение помещений предупредительной информацией, обустройство ин- формирующих обозначений помещений.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций и ОПОП ВО по направлению и профилю подготовки 43.03.02 «Туризм»

## ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

- \_\_\_\_\_;
- \_\_\_\_\_;
- \_\_\_\_\_.

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и  
рекомендованы на заседании кафедры \_\_\_\_\_.

Протокол № \_\_\_ от « \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_ г.

Исполнитель:

Профессор кафедры туризма и ФК

Горбачева Д.А.

Заведующий кафедрой туризма и ФК

Абазян А.Г.