

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ПРОФСОЮЗОВ»

Кафедра социально-культурных технологий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ТЕХНОЛОГИИ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования программы бакалавриата
по направлению подготовки

51.03.03 «Социально-культурная деятельность»

Профиль подготовки «Ивент-менеджмент»

Квалификация:

Бакалавр

Согласовано:
Руководитель ОПОП по направлению
51.03.03 – «Социально-культурная
деятельность»
Профиль «Ивент-менеджмент»
_____ Бирженюк Г.М.

Рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

01 июня 2021 протокол № 10

Зав. кафедрой _____ Бирженюк Г.М.

Рекомендована решением
Методического совета

15 июня 2021 протокол № 10,

Секретарь МС _____ А.М. Волкова

Авторы-разработчики:

_____ Доцент, к.ф.н. Баркова Е.В.

г. Санкт-Петербург

СТРУКТУРА

1. Цель и задачи освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Требования к результатам освоения дисциплины
4. Тематический план изучения дисциплины
5. Содержание разделов и тем дисциплины
6. План практических (семинарских) занятий
7. Образовательные технологии
8. План самостоятельной работы студентов
9. Контроль знаний по дисциплине
10. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
11. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

1. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов
2. Методические рекомендации по подготовке к практическим (семинарским) занятиям
3. Методические рекомендации по написанию контрольных работ
4. Методические рекомендации по написанию курсовой работы

Оценочные и методические материалы

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы
2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, шкал оценивания
3. Типовые контрольные задания и методические материалы, процедуры оценивания знаний, умений и навыков

Глоссарий

Методические рекомендации для преподавателя по дисциплине

1. Цель и задачи освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины «Технология выставочной деятельности» подготовка специалистов высшей квалификации в области организации и проведения выставочно-презентационной деятельности.

Основные задачи дисциплины:

1. овладение теоретическими знаниями и практическими навыками по организации и проведению выставок различной тематики и уровня, а также по основным направлениям информационно-рекламного сопровождения выставок, ярмарок и специальных профессиональных проектов;

2. получение знаний о наиболее актуальных сторонах выставочно-ярмарочной деятельности в России и за рубежом, её инфраструктуре, важнейших организационных мероприятиях;

3. ознакомление с технологиями организации и рекламно-информационного сопровождения выставок и презентаций.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	№ № разделов данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых дисциплин					
		1	2	3	4	5	6
1.	Теория и история СКД						+
2.	Технологические основы социально-культурной деятельности	+	+				+
3.	Информационный менеджмент		+	+	+	+	+
4.	Арт-менеджмент	+	+	+	+	+	+

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций с установленными к ним индикаторами:

Компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-8 - Способен к организации художественно-творческой деятельности в клубном учреждении, парке культуры и отдыха, научно-методическом центре, центре досуга	ПК-8.1 – знание и понимание сущности, специфики, функций относительно организации и проведения выставок различной тематики и уровня; ПК-8.2 – знание содержания основных направлений информационно-рекламного сопровождения выставок, ярмарок и специальных профессиональных проектов; ПК-8.3 – знание наиболее актуальных направлений выставочно-ярмарочной деятельности в России и за рубежом, её инфраструктуре, важнейших организационных мероприятиях; ПК-8.4 – знание основ нормативно-правовой базы выставочной деятельности;

	<p>ПК-8.5 – знание основ планирования организации и проведения выставок и презентаций</p> <p>ПК-8.6 – знание технологии проведения выставок и презентаций;</p> <p>ПК-8.7 – владение необходимым объемом прикладных умений и навыков в области организации выставок;</p> <p>ПК-8.8 – умение грамотно оценивать перспективы развития выставочно-презентационной деятельности;</p> <p>ПК-8.9 – владение навыками организации и проведению выставок различной тематики и уровня;</p> <p>ПК-8.10 – владение технологиями организации рекламно-информационного сопровождения выставок и презентаций;</p> <p>ПК-8.11 – владение навыками моделирования реальных процессов выставочно-презентационного дела;</p> <p>ПК-8.12 – владение навыками получения, накопления, анализа, обработки информации о новейших достижениях выставочно-презентационной деятельности.</p>
--	--

4. Тематический план изучения дисциплины

См. приложение

5. Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Зарождение и развитие выставочной деятельности.

Истоки зарождения выставочной деятельности. История выставок и ярмарок в России и за рубежом. Первая выставка мануфактурных изделий в России. Участие России в выставках и ярмарках за границей. Эволюция торговых выставок. Значение глобализации для развития выставочной деятельности.

Тема 2. Терминология современной выставочно-ярмарочной деятельности.

Общее определение терминов «выставка», «ярмарка», «выставочный организатор», «экспонент», «выставочная площадь». Язык современной выставочной деятельности. Характеристика выставок и ярмарок по географическому составу экспонентов. Виды выставок. Выставки и ярмарки по географическому составу экспонентов. Выставки и ярмарки по тематическому признаку. Выставки и ярмарки по значимости для экономики. Выставки и ярмарки по территориальному признаку. Выставки и ярмарки по территориальному признаку. Выставки и ярмарки по направлению работ. Выставки и ярмарки с коммерческих позиций.

Тема 3. Организация и структура современной выставочной деятельности.

Важнейшие функции и задачи выставок в современном обществе. Экономическая эффективность выставок. Влияние выставок на экономику в городе, где она проводилась. Развитие выставочного образования в современной России. Правительственные программы выставочных мероприятий.

Тема 4. Нормативно-правовая база выставочно-ярмарочной деятельности.

Основные правовые положения, связанные с проведением выставочных мероприятий на территории России. Международные документы, регулирующие правовые отношения за границей. Определения к понятиям патент, бренд, торговая марка. Законодательная и нормативная база выставочно-ярмарочной деятельности. Защита интеллектуальной

собственности демонстрируемой на выставке. Объекты на выставке, подлежащие защите и страхованию.

Тема 5. Технология подготовки выставки.

Выбор названия выставки. Выбор выставки. Цели и задачи организации выставки. Степень известности выставки. Самые известные выставки. Принятие решения об организации выставки.

Тема 6. Планирование выставочного мероприятия.

Основные этапы планирования выставки. Проблема выбора тематики выставки. Критерии в выборе помещения выставки. Формы участия в выставке. Спонсорская поддержка. Выбор экспонатов.

Тема 7. Реклама выставок в средствах массовой информации.

Каталоги выставок. Три подхода организаторов к составлению каталогов. Информационные задачи выставочного каталога. Задачи пресс-релиз. Особенности организации и проведения пресс-конференции для СМИ перед выставкой. Организация работы с журналистами и репортерами на выставке.

Тема 8. Организация работы выставки и ее закрытие.

Организация церемонии открытия выставки. Основные мероприятия, проводимые во время выставки. Деловые встречи дирекции. Работа дирекции выставки, во время встреч и переговоров. Организация переговоров. Особенности закрытия выставки. Закрытие выставки.

Тема 9. Значение выставочного стенда в организационном процессе.

Стенд – зеркало фирмы. Композиция стенда. Типы стенда. Характеристика функциональных зон стенда (презентационная площадь, место переговоров, подсобные помещения). Место стенда на выставке. Виды выставочных стендов. Методы и приемы, позволяющие привлечь внимание посетителей к стенду.

Тема 10. Подготовка стендиста к выставке.

Понятие стендиста выставки. Требования к стендисту. Формы подготовки стендистов к выставкам. Профессиональные навыки и умения стендиста. Принципы стратегии работы с посетителями выставки. Обслуживание посетителей выставки. Показ экспонатов и способы их демонстрации. Разница между показом и демонстрацией экспонатов на выставке. Существующие приемы при демонстрации экспонатов. Особенности рекламной и коммерческой работы стендиста на выставке. Гигиена здоровья и профилактика утомляемости стендиста. Правила отношений между фирмой и стендистом.

Тема 11. Технология работы на стенде.

Привлечение на стенд посетителя выставки. Факторы, способствующие привлечению внимания посетителей к стенду. Вредные привычки, которые мешают стендисту налаживать контакты. Типы посетителей выставок и стратегия работы с каждым из них. Принципы работы с посетителями торговой выставки.

Тема 12. Организация работ в после выставочный период.

Анализ результатов работы выставки. Оценка результатов работы. Эффективность и результативность участия в выставке. Экономическая эффективность выставки. Сравнение результатов с предыдущими выставочными проектами. Сильные и слабые стороны работы фирмы. Выбор перспективных клиентов. Установление контактов с клиентами. Подготовка отчетов руководству.

6. План практических (семинарских) занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Наименование и содержание практических (семинарских) занятий, литература для подготовки к занятиям	Формируемые компетенции	Формы контроля усвоения знаний
1.	Тема 1. Зарождение и развитие выставочной деятельности	<p>Содержание занятия: Задание: Подготовить информационные сообщения по следующим темам с последующим обсуждением в аудитории: Первая Всемирная выставка, Лондон, 1851 год Российский раздел на Всемирной выставке, Лондон, 1851 год. Истоки и зарождение выставочно-ярмарочной деятельности Всемирная выставка в Лондоне, 1862 год «Русский свет» в Париже. Последняя выставка в XIX века, Париж 1900 год Начало советского периода выставочной деятельности Литература Алексеева С.П., Никитин Ю.А. Промышленные выставки России. История и современность - СПб. Ленэкспо, 1999 Шпаков В.Н. Россия на всемирных выставках 1851 – 2000, М. Росинекс, 2000 г 3. Шпаков В.Н. История всемирных выставок. - М.: АСТ: Зебра Е, 2008.</p>	ПК-8	-доклады; -обсуждение выполнения домашнего задания
2.	Тема 2. Терминология современной выставочно-ярмарочной деятельности	<p>Содержание занятия: Задание 1: Подготовить информационные сообщения по следующим темам с последующим обсуждением в аудитории: 1. Терминология и классификация выставочно-ярмарочной деятельности. 2. Типология выставок: городские, областные, региональные, федеральные, международные. 3. Развитие современного выставочного дела. 4. Выставочное дело для экспонента. 5. Экспозиция - как организация выставочно-ярмарочного мероприятия. Литература: 1. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности: учебное пособие. – М.: Издательско-торговая</p>	ПК-8	-доклады; -обсуждение выполнения домашнего задания

		<p>корпорация «Дашков и К», 2008</p> <p>2. Григоренко А.К. Международные и иностранные выставки в СССР. –М.: ИПКИР, 1989</p> <p>3. Захаренко Г.П. Выставка. Техника и технология успеха. – М.: Вершина, 2006</p> <p>4. Критсотакис Я.Г. Торговые ярмарки и выставки. Техника участия и коммуникации. – М.: Ось89, 1997</p> <p>5. Миллер С. Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом. – М.: Довгань, 1998</p> <p>6. Фридман С. Как показать товар лицом: выставки и презентации. – М.: КОНСЭКО, 1994</p> <p>7. Шарков Ф.И. Выставочный коммуникационный менеджмент. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2006</p>		
3.	Тема 3. Организация и структура современной выставочной деятельности	<p>Содержание занятия: Задание 1: Подготовить информационные сообщения по следующим темам с последующим обсуждением в аудитории:</p> <p>1.Функции и задачи в выставочно-ярмарочной деятельности. 2.Выставка как первый этап формирования нового музея. 3.Выставка в музее, как инструмент модернизации музея. 4.Необходимость участия в выставочном процессе. 5.Цели и задачи организаторов выставки. 6.Цели и задачи организаторов ярмарки</p> <p>Литература</p> <p>1. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности: учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2008</p> <p>2. Григоренко А.К. Международные и иностранные выставки в СССР. –М.: ИПКИР, 1989</p> <p>3. Захаренко Г.П. Выставка. Техника и технология успеха. – М.: Вершина, 2006</p> <p>4. Критсотакис Я.Г. Торговые ярмарки и выставки. Техника участия и коммуникации. – М.: Ось89, 1997</p> <p>5. Миллер С. Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом. – М.: Довгань, 1998</p> <p>6. Фридман С. Как показать товар лицом: выставки и презентации. – М.: КОНСЭКО, 1994</p> <p>7. Шарков Ф.И. Выставочный</p>	ПК-8	доклады; -обсуждение выполнения домашнего задания.

		коммуникационный менеджмент. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2006.		
4.	Тема 4. Нормативно- правовая база выставочно- ярмарочной деятельности.	Содержание занятия: Задание 1: Подготовить информационные сообщения по следующим темам с последующим обсуждением в аудитории: 1. История зарождения первых «правил» выставочной деятельности. 2. Концепция развития выставочно- ярмарочной деятельности в РФ. 3. Страхование выставок, экспонентов и выставочных грузов. 4. Защита интеллектуальной собственности, демонстрируемой на выставках. 5. Имидж фирмы, его формирование и продвижение. 6. Марка фирмы, фирменный и торговый знак, фирменный стиль, бренд. Литература: 1. Аркин П.А. Правовые основы выставочной деятельности. – СПб.: Изд. Дом «Бизнес-пресса», 2004 4. Ванекен Б. Бренд-помощь. – СПб.: Питер, 2005 5. Григоренко А.К. Международные и иностраные выставки в СССР. – М.: ИПКИР, 1989 6. Дорский А.Ю. Правовое обеспечение PR. – СПб.: Питер, 2005 7. Музыкант В.Л. Формирование бренда средствами рекламы. – М.: Экономист, 2004 8. Концепция развития выставочно- ярмарочной деятельности в Российской Федерации//протокол 3 от 19.03.01. Комиссия при правительстве РФ. 9. Саюшев А. 50 золотых правил организации и проведения выставок и ярмарок. – М.: Издательский центр «Музей человека», 2004 10. Шарков Ф.И. Интегрированные бренд-коммуникации. – М.: РИП – Холдинг, 2004.	ПК-8	- доклад; - обсуждение докладов
5.	Тема 5. Технология подготовки выставки	Содержание занятия: Задание: Ознакомиться с литературой и публицистическими трудами по теме семинарского занятия и подготовить информационные сообщения по следующим темам: 1. Выбор выставки.	ПК-8	- обсуждение выполнения домашнего задания; - доклады.

		<p>2.Цели и задачи выставки. 3.Создание рабочих групп и дирекции выставки 4.Технология работ по организации участия в выставке. 5.Финансовый план выставки. 6.Выставка, как инструмент маркетинга. 7.Маркетинговые коммуникации, основные элементы комплекса коммуникаций. Литература 1. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегриро-ванный подход. – СПб.: Питер, 2001 2. Гусев Э.Б. Выставочная деятельность в России и за рубежом. – М.: издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2005 3. Захаренко И.С. Выставка. Техника и технология успеха. – М.: Верши-на, 2006 4. Миллер С. Как использовать торговые выставки с максимальным эф-фектом. – М.: Довгань, 1998 5. Серов Д.М. Ярмарка, экспозиция, маркетинг // Вопросы теории и прак-тики выставочного дела. – М.: ТПП СССР, 1977 6. Чалдин Р. Влияние: психология влияния. – СПб.: Питер, 1999</p>		
6.	Тема 6. Планирование выставочного материала	<p>Содержание занятия: Задание: Подготовить информационные сообщения по следующим темам: 1.Основные этапы работ и проведения выставки. 2.Организация экспозиции. 3.Выбор помещения и комплектование выставки. 4.Разработка форм заявок и договоров с участниками выставок. 5.Комплектование выставки и работа с экспонентами. 6.Принципы отбора экспонатов на выставку. Литература: 1. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности: учебное пособие. – М.: издательско –торговая корпорация «Дашков и К», 2008 2. Гусев Э.Б. Основы выставочной деятельности: Учеб.пособие. – М.: РЭА им. Плеханова, 2003</p>	ПК-8	-обсуждение выполнения домашнего задания; -доклады; -обсуждение докладов.

		<p>3. Захаренко Г.П. Продажи на выставке: Бизнес без проблем // Продажи: Руководство продавца и менеджера. – СПб.: Деловой Петербург, 2003</p> <p>4. Олвуд Д, Монтгомери Б. Выставки: планирование и дизайн. – Новоси-бирск: interbook, 1991</p> <p>5. Петелин В.Г. Современные аудиовизуальные средства на выставках. – М.: НТИ, 1983</p> <p>6. Петелин В.Г. Технологии подготовки и проведения выставок: Учеб.пособие. – М.: ИПИКИР, 2003</p> <p>7. Фридман С. Как показать товар лицом: выставки и презентации. – М.: КОНСЭКО, 1994.</p>		
7.	Тема 7. Реклама выставок в средствах массовой информации	<p>Содержание занятия: Задание: Подготовить информационные сообщения по следующим темам:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Основные понятия рекламы. 2.Организация рекламной деятельности менеджера. 3.Многофункциональность средств массовой информации в Выставочно-Ярмарочной деятельности. 4.Официальный каталог выставки. Виды рекламы. 5.Пресс-релиз – технологии и их роль в выставочной деятельности. 6.Пресс-конференция – технологии и их роль в выставочной деятельности. 7.Работа с журналистами и репортерами. <p>Литература</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бернет ДЖ., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход. – СПб.: Питер, 2001 1. Гусев Э.Б., Прокудин В.А. Выставочная деятельность в России и за рубежом. – М.: Издательско торговая корпорация «Дашков и Ко», 2005 2. Джулер Дж., Дрюниани Б.Л. Креативные стратегии в рекламе. – СПб.: Питер, 2003 3. Евстафьев В.А., Ясонов Н. Что, где и как рекламировать: Практические советы. – СПб.: Питер, 2005 4. Медведева Е.В. Рекламная коммуникация. – М.: УРСС, 2004 5. Основы выставочного дела. – М.: ТПП СССР, 1990 	ПК-8	-обсуждение выполнения домашнего задания; -доклады; -дискуссия.

		<p>6. Шарков Ф.И. Реклама и связи с общественностью: коммуникативная и интегративная сущность компаний. – М.: Трикста, 2005</p> <p>7. Шарков Ф.И. рекламный рынок: методика изучения. – М.: Экзамен, 2005.</p>		
8.	Тема 8. Организация работы выставки и ее закрытие	<p>Содержание занятия: Задание: Подготовить информационные сообщения по следующим темам:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Организация церемонии открытия выставки. 2. Планирование мероприятий в период работы выставки. 3. Работа дирекции на встречах, переговорах, проводимых на выставке. 4. Информационно-рекламные и культурные программы на выставке. 5. Организация развлекательных мероприятий на выставке. 6. Закрытие выставки, специфика данного мероприятия. <p>Литература</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Александрова Н, Сорокина Е., Филоненко И.. Выставочный менеджмент. Технология организации и рекламно – информационного сопровождения выставок и конференций\ под ред. И. Филоненко. Ростов-на –Дону: Экспертное бюро, 2001. 2. Бердышев С.Н. организация выставочной деятельности учебное пособие. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2008. 3. Выставочные услуги: справочник - М.: Информэкспо, 1999. 4. Гусев Э.Б. Прокудин В.А. Салащенко А.Г. Основы выставочной деятельности. Учеб. пособие -М.: РЭА им Плеханова, 2003. 5. Захаренко З. Выставка. Техника и технология успеха. М.: Вершина, 2006. 6. Миллер С. Как использовать выставки с максимальным эффектом. М.: Довгань, 1998. 7. Петелин В.Г. Технологии подготовки и проведения выставок: Учеб. пособие.- М.: ИПИКИР, 2003. 	ПК-8	обсуждение выполнения домашнего задания; -доклады; дискуссия
9.	Тема 9. Значение выставочного стенда в орга-	<p>Содержание занятия: Задание: Подготовить информационные сообщения по следующим темам:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выставочный стенд - и его значение в 	ПК-8	-обсуждение выполнения домашнего задания;

	низацион-ном процессе	<p>организационном процессе выставки.</p> <p>2. Организация и оформление стенда.</p> <p>3. Работа с дизайнерами стендов.</p> <p>4. Эффективные методы привлечения внимания посетителей.</p> <p>5. Выбор архитектуры стенда.</p> <p>6. Планирование и управление работой стенда.</p> <p>Литература</p> <p>1. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности: учебное пособие. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К». 2008.</p> <p>2. Климов А.И., Кокорев Б.В., Шпаков В.Н. Справочник экспонента // Сб.: Вопросы теории и практики выставочного дела. - М.: ТПП СССР, 1983.</p> <p>3. Миллер С. Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом. М.: Довгань, 1998.</p> <p>4. Петелин В.Г. Стендист торгово-промышленной выставки: секреты мастерства. М.: «Ось -89», 2000.</p> <p>5. Фридман С. Как показать товар лицом: выставки и презентации. М.: КОНСЭКО, 1994.</p>		-доклады; дискуссия
10	Тема 10. Подготовка специалиста к выставке	<p>Содержание занятия:</p> <p>Задание: Подготовить информационные сообщения по следующим темам:</p> <p>1. Подбор и обучение персонала на стенде.</p> <p>2. Особенности работы на стенде.</p> <p>3. Организация мероприятий, связанные с приглашением бизнес – партнеров на стенд.</p> <p>4. Приемы показа экспонатов на выставках.</p> <p>5. Работа с посетителями.</p> <p>6. Профилактика утомляемости стендиста в работе на выставке.</p> <p>Литература</p> <p>1. Гусев Э.Б. Основы выставочной деятельности. Учеб. пособие. - М.: РЭА им. Плеханова, 2003.</p> <p>2. Захаренко Г.П. Продажи на выставке: Бизнес без проблем // продажи: Руководство продавца и менеджера. Дополнение 1. - СПб.: Деловой Петербург, 2003.</p> <p>3. Климов А.И., Кокорев Б.В., Шпаков В.Н. Справочник экспонента // Сб.: Вопросы теории и практики</p>	ПК-8	-обсуждение выполнения домашнего задания; -доклады; дискуссия

		<p>выставочного дела. - М.,ТПП СССР,1983.</p> <p>4.Петелин В.Г., Лукин А.И., Серов Д.М., Анализ, моделирование и оптимизация потоков посетителей выставок методами теории массового обслуживания - М.: ТПП СССР,1984.</p> <p>5.Петелин В.Г. стендист торгово-промышленной выставки: секреты мастерства.М.: «Ось-89».2000.</p> <p>6.Петелин В.Г.Технологии подготовки и проведения выставок: Учеб.пособие.- М.:ИПИКИР.2003.</p> <p>7.Эффективность взаимодействия экспонентов и посетителей на выставке.Сектор В2В (отчет маркетингового исследования).- презентация Power point, www.vipart.org.</p>		
11	Тема 11. Технология работы на стенде	<p>Содержание занятия: Задание: Подготовить информационные сообщения по следующим темам:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Показ экспонатов и способы их демонстрации. 2.Изучение достижений конкурентов на стендах выставки. 3.Анализ работы и подготовка отчета стендиста. 4.Типы посетителей выставок и стратегии работы с каждым из них. 5.Как отвечать на вопросы посетителей. 6.Особенности приемов рассказа на стенде. 7.Культура и техника речи стендиста. <p>Литература</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Миллер с. Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом. М.: Довгань, 1998. 2.Петелин В.Г. Стендист торгово-промышленной выставки: секреты мастерства. М.: «Ось-89».2000. 3.Петелин В.Г. Менеджер предприятия по рекламе и выставкам. - М.: «Ось-89»,2001. 4.Петелин В.Г. Технологии подготовки и проведения выставок: Учеб.пособие.- М.:ИПИКИР.2003. 5.Серов Д.М. посетители ярмарок и выставок и их обслуживание//Сб: вопросы практики и теории выставочного дела. - М.:ТПП СССР,1979. 6.Фридман С.Как показать товар лицом: выставки и презентации. М.:КОНСЭКО.1994. 	ПК-8	-обсуждение выполнения домашнего задания; -доклады; дискуссия

12	<p>Тема 12. Организация работ после выставочный период</p>	<p>Содержание занятия: Задание: Подготовить информационные сообщения по следующим темам:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Мероприятия, намечаемые и реализуемые после выставки. 2. Оценка результатов работы после выставки. 3. Принципы выбора перспективных клиентов. 4. Анализ работы и подготовка отчетов руководству. 5. Основные направления работ в послевыставочный период. 6. Анализ информационно-рекламной эффективности после выставки. 7. Анализ коммерческой эффективности поведенной выставки. <p>Литература</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности: учебное пособие. М.: Издательско - торговая корпорация «Дашков и К». 2008. 2. Брег С.М. Настольная книга финансового директора. М.: Альпина Бизнес Букс. 2005. 3. Дихтель Е., Хершен Х. Практический маркетинг: Учеб. Пособие. - М.: Высш.шк.; ИНФРА, 1996. 4. Захаренко З. Выставка. Техника и технология успеха. М.: Вершина, 2006. 5. Захаренко З. Продажи на выставке: Бизнес без проблем //продажи: Руководство продавца и менеджера. Дополнение 1.-СПб.: Деловой Петербург. 2003. 6. Миллер С. Как использовать выставки с максимальным эффектом. М.: Довгань, 1998. 7. Петелин В.Г. Технологии подготовки и проведения выставок: Учеб. пособие.- М.: ИПИКИР, 2003. 8. Стровский Л.Е., Фролова Е.Д. Основы выставочно-ярмарочной деятельности. Учеб. пособие. - М.: Юнити-Дана. 2004. 9. Фридман С. Как показать товар лицом: выставки и презентации. М.: КОНСЭКО, 1994. 	ПК-8	<p>обсуждение выполнения домашнего задания; -доклады; дискуссия</p>
----	--	---	------	---

7. Образовательные технологии

При проведении учебных занятий по дисциплине для успешного освоения применяются различные образовательные технологии, которые обеспечивают развитие

навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств.

Методы / Формы	Лекции	Практические (семинарские) занятия
Встречи с руководством социально-культурных учреждений г. Санкт-Петербурга		+
Деловая игра		+
Диалого-дискуссионное обсуждение проблем	+	+
Исследовательский метод		+
Конкурс проектов		+
Мастер-классы экспертов и специалистов		+
Поисковый метод	+	+
Проектный метод	+	+
Психологические тренинги		
Работа в команде		+
Разбор практических задач и кейсов	+	+
Ролевая игра		+

8. План самостоятельной работы студентов

№ п/п	Содержание самостоятельной работы студентов	Формируемые компетенции	Форма отчетности студента
1.	Работа с рекомендуемой основной и дополнительной литературой, Интернет-источниками	ПК-8	экспресс-опрос; ответы на контрольные вопросы.
2.	Подготовка к семинарскому занятию	ПК-8	опрос на практическом занятии; выступление с докладом; компьютер. презентация.
3.	Работа с лекционным материалом	ПК-8	зачет
4.	Подготовка к деловой игре	ПК-8	участие в деловой игре; выступление с докладом.
5.	Подготовка контрольной работы	ПК-8	выбор темы; защита контрольной работы
6.	Подготовка к конкурсу инновационных проектов в социокультурной сфере	ПК-8	защита проекта
7.	Самотестирование	ПК-8	тестирование

9. Контроль знаний по дисциплине

По дисциплине предусмотрены текущий контроль и промежуточная аттестация.

Текущий контроль успеваемости студента – одна из составляющих оценки качества усвоения образовательных программ. Текущий контроль проводится в течение семестра (практические, опросы и т.п.).

Промежуточная аттестация проводится по окончании изучения дисциплины в виде экзамена. Вопросы к промежуточной аттестации сформулированы в **Оценочных и методических материалах**.

10. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) Основная литература

- 1.Александрова Н.Сорокина Е.Филоненко И. Выставочный менеджмент. Технология организации и рекламно- информационного сопровождения выставок и конференций/Под ред. И Филоненко.-Ростов-на –Дону:Эксперт-ное бюро,2001.
- 2.Алексеев С.П., Никитин Ю.А. Промышленные выставки России. История и современность-СПб.:Ленэкспо,1999.
- 3.Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности: учебное пособие С.Н. Бердышев.- М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К»,2008.

б) Дополнительная литература

- 4.Ванэкен Б. Бренд-помощь.СПб.:Питер,2005.
- 5.Выставочные услуги: справочник. -М.: Информэкспо,1999.
- 6.Григоренко А.К. Международные и иностранные выставки в СССР.-М.:ИПКИР,1989.
- 7.Гусев Э.Б., Прокудин В.А. СалащенкоА.Г. Основы выставочной деятельности. Учеб.пособие.-М.:РЭА им. Плеханова, 2003.
- 8.Дихтель Е., Хершен Х. Практический маркетинг :Учебное пособие\ Пер.с нем.А.М.Маркова;под ред. И.С.Минко – М.: Высш.шк.;ИНФРА,1996.
- 9.Евстафьев В.А., Янсонов В.Н., Что, где, и как рекламировать. Практические советы.- СПб.: Издательский дом «Питер»,2005.
- 10.Захаренко З. Выставка. Техника и технология успеха/ Г. Захаренуко.- Москва: Вершина,2006.
- 11.Захаренко Г.П. Выставка-уникальный инструмент маркетинга \ МАТЕРИАЛЫ ПЕРВОГО РОССИЙСКОГО выставочного форума.-СПб.,2001.
- 12.Захаренко Г.П., Кудрявцева Ю.Ю. Деловой подарок – больше, чем подарок// консультант предпринимателя - директору.-2003.
- 13.Захаренко Г.П. продажи на выставке: Бизнес без проблем // Продажи: Руководства продавца и менеджера.Дополнение1.-СПб.: Деловой Петербург,2003.
- 14.Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации// Протокол 3 от 19.03.01.комиссия при правительстве РФ.
- 15.Климов А.И. Кокорев Б.В. Шпаков В.Н. Справочник экспонента//Сб.: Вопросы теории и практики выставочного дела. -М.,ТПП СССР,1983.
16. Критсотакис Я.Г. Торговые ярмарки и выставки. Техника участия и коммуникации. - М.:Ось 89,1997.
- 17.Логинов А.И. Организация перевозки грузов на советские выставки за границей.-М.,ТПП СССР,1982.
- 18.Мезенин В.К.парад всемирных выставок.-М.:Знание,1990.
- 19.Миллер С. Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом. М.: Довгань,1998.
- 20.Олвуд Д., Монтгомери Б.. Выставки: планирование и дизайн. Новосибирск:interbook.1991.

21. Петелин В.Г. Научно-технические выставки: Учебное пособие. - М.: ИПКИР, ГКНТ СССР, 1983.
22. Петелин В.Г., Государев В.К., Хромов Л.Н. Современные аудиовизуальные средства на выставках : Обзор. - М.: НТИ, сер. 1, 1983.
23. Петелин В.Г., Лукин А.И., Серов Д.М. Анализ, моделирование и оптимизация потоков посетителей выставок методами теории массового обслуживания. - М.: ТПП СССР, 1984.
24. ПЕТЕЛИН В.Г., Стендист торгово- промышленной выставки: секреты мастерства. М.: «Ось-89», 2000.
25. Петелин В.Г. Менеджер предприятия по рекламе и выставкам. - М.: ось -89, 2001.
26. Петелин В.Г. Технологии подготовки и проведения выставок: Учеб. пособие. - М.: ИПКИР, 2003.
27. Петелин В.Г. Социально-экономические основы выставочной деятельности: Учеб. пособие. - М.: ИПКИР, 2004.
28. Серов Д.М. посетители ярмарок и выставок и их обслуживание // Сб: Вопросы теории и практики выставочного дела. - М.: ТПП СССР, 1979.
29. Стровский Л.Е., Фролова Е.Д., Стровский Д.Л. Основы выставочно-ярмарочной деятельности. Учеб пособие. - М.: юнити-Дана, 2004.
30. Фридман С. Как показать товар лицом: выставки и презентации. М.: КОНСЭКО, 1994.
31. Шарков Ф.И. Выставочный коммуникационный менеджмент (управление выставочными коммуникациями). - М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2006.
32. Шпаков В.Н., Россия на всемирных выставках 1885-200. М.: Росинэкс, 2000.
33. Шпаков В.Н. История всемирных выставок В.Н. Шпаков. М.: АСТ: Зебра Е, 2008.

в) Периодические издания

1. Арт-менеджер.
2. Досуг и культура.
2. Справочник руководителя учреждения культуры.

г) Лицензионное программное обеспечение

1. Система для проведения вебинаров, круглых столов: <http://www.mirapolis.virtualroom/>
2. Набор программного обеспечения для управления проектами: Microsoft Project
3. Набор графических диаграмм и работы с данными Microsoft Visio
4. Офисный пакет приложений Microsoft Office

д) Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Официальный сайт СПбГУП: <http://www.gup.ru/>
2. Электронно-библиотечная система СПбГУП <http://library.gup.ru>
3. Системы поддержки самостоятельной работы СПбГУП: <http://edu.gup.ru/>
4. Справочная правовая система «КонсультантПлюс» (версия ПРОФ), установленная в Университете
5. Российское образование <http://www.edu.ru/>
6. Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>
7. Электронно-библиотечная система <http://e.lanbook.com/>
8. Справочная правовая система «Консультант плюс» <http://www.consultant.ru>
9. Российское образование <http://www.edu.ru/>
10. Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>
11. Электронно-библиотечная система <http://e.lanbook.com/>

11. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудиторный фонд, компьютерные классы, видео-залы, фонды Научной библиотеки, методические ресурсы кафедры

Изучение дисциплины инвалидами и обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья обучающихся.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

1. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа в высшем учебном заведении является важной организационной формой индивидуального изучения студентами программного материала. Эти слова особенно актуальны в наше время, когда в педагогике высококвалифицированных специалистов широко используется дистанционное обучение, предполагающее значительную самостоятельную работу студента на основе рекомендаций преподавателя.

2. Методические рекомендации по подготовке к практическим (семинарским) занятиям

Семинарские занятия — важная форма учебного процесса. Они способствуют закреплению и углублению знаний, полученных студентами на лекциях и в результате самостоятельной работы над научной и учебной литературой и нормативными источниками. Они призваны развивать самостоятельность мышления, умение делать выводы, связывать теоретические положения с практикой, формировать профессиональное правовое сознание будущих деятелей социально-культурной сферы. На занятиях вырабатываются необходимые каждому юристу навыки и умения публично выступать, логика доказывания, культура профессиональной речи. Кроме того, семинары — это средство контроля преподавателей за самостоятельной работой студентов, они непосредственно влияют на уровень подготовки к итоговым формам отчетности — зачетам и экзаменам. В выступлении на семинарском занятии должны содержаться следующие элементы:

- четкое формулирование соответствующего теоретического положения в виде развернутого определения;
- приведение и раскрытие основных черт, признаков, значения и роли изучаемого явления или доказательства определенного теоретического положения;
- подкрепление теоретических положений конкретными фактами.

Для качественного и эффективного изучения дисциплины необходимо овладение навыками работы с книгой, воспитание в себе стремления и привычки получать новые знания из научной и иной специальной литературы. Без этих качеств не может быть настоящего специалиста ни в одной области деятельности.

Читать и изучать, следует, прежде всего, то, что рекомендуется к каждой теме программой, планом семинарских занятий, перечнем рекомендуемой литературы.

Когда студент приступает к самостоятельной работе, то он должен проявить инициативу в поиске специальных источников. Многие новейшие научные положения появляются, прежде всего, в статьях, опубликованных в журналах.

Надо иметь в виду, что в каждом последнем номере издаваемых журналов публикуется библиография всех статей, напечатанных за год, это облегчает поиск нужных научных публикаций.

Работа с научной литературой, в конечном счете, должна привести к выработке у студента умения самостоятельно размышлять о предмете и объекте изучения, которое должно проявляться:

- в ясном и отчетливом понимании основных понятий и суждений, содержащихся в публикации, разработке доказательств, подтверждающих истинность тех или иных положений;
- в понимании студентами обоснованности и целесообразности, приводимых в книге и статье примеров, поясняющих доказательства и выводы автора. При этом будет уместно, если студент самостоятельно приведет дополнительные примеры к этим выводам;
- в отделении основных положений от дополнительных, второстепенных сведений;
- в способности студента критически разобраться в содержании публикации, определить свое отношение к ней в целом, дать ей общую оценку, характеристику.

3. Методические рекомендации по написанию контрольных работ

Важнейшей формой учебной отчетности студента является **контрольная работа**.

Выполнение контрольной работы является промежуточной формой отчетности по изучаемой дисциплине и преследует цель лишь оценить способность студента к самостоятельному поиску источников, формированию содержания и его письменного изложения по указанной проблеме. Это важная составляющая изучения дисциплины, а также эффективная форма контроля знаний. При заочном обучении она выступает как обязательная, основная форма самостоятельной работы. В курсовой работе (в соответствии с учебным планом) студент обязан самостоятельно глубоко разобраться в изучаемых проблемах, усвоить суть темы, уяснить ее содержание и только затем письменно представить свою отчетную работу.

Выполнение контрольной работы является одним из условий допуска студента к сдаче экзамена. Работа должна соответствовать установленным требованиям, то есть в ней должны быть раскрыты все проблемы, определенные темой. Для этого студент обязан самостоятельно проанализировать первоисточники и дать исчерпывающие ответы на вопросы темы. Контрольная работа — серьезное учебное задание, и чтобы написать ее как следует, необходимо использовать те первоисточники и учебные пособия, которые позволяют полнее разобраться в проблеме. Студент должен регулярно работать в университетской и городской библиотеке, вдумчиво конспектировать лекции преподавателей.

При написании контрольной работы следует обращать особое внимание на грамотное использование терминологии. При употреблении впервые тех или иных терминов и понятий следует давать их определения либо в самом тексте, либо в сносках.

Приступая к контрольной работе, требуется сначала ознакомиться с имеющейся литературой по теме, изучить первоисточники и составить план. Здесь, в отличие от курсовой работы, план предполагает рассмотрение одной, причем довольно широкой, проблемы, и он может состоять из двух-трех вопросов. Минимальное количество первоисточников, привлекаемых для написания курсовой работы — пять наименований.

Как правило, контрольные работы по дисциплине сугубо индивидуальны, то есть их тематика персонифицирована. Однако в отдельных случаях темы контрольных работ могут быть адресованы и сразу нескольким, и группе в целом. Таким приемом преподаватель выявляет степень усвоения какой-то важной учебной проблемы и определяет необходимость проведения дополнительных занятий по какой-либо теме. В настоящее время широко используется методика компьютерного тестирования знаний студентов по дисциплинам, в результате чего появляется возможность быстро проверять знания по наиболее важным темам и объективно оценивать их. Эта форма также может выступать как вид контрольной работы.

В качестве контрольной работы широко применяется самостоятельное изучение монографического исследования по конкретной, крайне важной проблеме, требующей глубокого рассмотрения. Этот вид работы предполагает не простое знакомство с определенным монографическим исследованием, а детальное его изучение. Для этого студенту важно знать некоторые правила работы с первоисточником, которым для него будет являться монография. Следует выяснить фамилию автора, его имя и отчество, ученую степень и звание, а также что побудило его взяться за изучение данной проблемы; обратить внимание на основные вопросы монографии и их разрешение автором, уметь раскрывать их в ходе собеседования с преподавателем.

Студенту следует письменно (предельно кратко) очертить те вопросы (полностью или частично), которые поставлены автором в монографическом исследовании; при изложении их следует указывать страницы источника.

Задания для написания контрольных работ (для заочной формы обучения)

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 выставки (на примере любой 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. После выставочная деятельность.

Принципы выбора темы работы

Студенты при написании контрольной работы могут выбрать любую из предложенных тем на свое усмотрение.

Контрольная работа должна содержать:

- Титульный лист, на котором указывается название учебного заведения, факультета и кафедры, тема контрольной работы, фамилия, имя и отчество автора, фамилия, имя и отчество преподавателя проверяющего работу, место и год выполнения.
- Содержание работы с точным наименованием всех параграфов и с указанием номеров страниц, на которых размещается начало каждого из них.
- Введение
- Основная текстовая часть (3-5 параграфов).
- Выводы
- Заключение
- Список литературы.
- Приложения (по усмотрению студента).

Содержание контрольной работы

Введение

- Обоснование *актуальности выбранной темы.*
- *Цель контрольной работы.*

В качестве цели контрольной работы в самом обобщенном сжатом виде формулируется предполагаемый результат, отражающий теоретический и практический (если такие имеются в работе) уровни исследования.

Цель формулируется с помощью глаголов («изучить...», «рассмотреть...», «обосновать...», «определить...», ... и «разработать...»).

- *Задачи контрольной работы.*

Задачи контрольной работы служат реализации поставленной цели и характеризуют основные этапы исследовательской деятельности.

Задачи определяют логическую структуру контрольной работы и ход проводимого исследования.

Все поставленные в работе задачи должны быть решены.

Задачи должны соответствовать названиям глав и параграфов и формулируются с помощью глаголов.

Параграфы (от 3 до 5).

Первый параграф контрольной работы отражает теоретические основы темы и проблемы исследования и содержит:

- обоснование и уточнение основных понятий темы исследования;
- анализ теоретических источников по теме исследования;
- определение близкой автору теории и уточнение дефиниций;
- выводы по параграфу.

Второй параграф контрольной работы содержит:

- анализ российской и зарубежной социокультурной практики по проблеме исследования.
- выводы по каждому параграфу и главе в целом.

Третий и последующие параграфы раскрывают материал в соответствии с поставленными во введении задачами.

Параграфы должны быть озаглавлены так, чтобы название точно соответствовало содержанию текста. В заголовках следует избегать узкоспециальных терминов, сокращений, аббревиатур. Заголовки должны быть достаточно краткими, т.е. не содержать лишних слов, но в то же время они не должны состоять из одного слова. Однако, не следует растягивать название параграфа на несколько строк.

Параграфы завершаются краткими выводами (обобщениями) – своеобразным итогом работы. Выводы должны подводить к восприятию и осмыслению последующего материала, что обеспечивает единство и логику работы.

Заключение

В заключении формулируются выводы в соответствии с поставленной целью и задачами исследования.

Список литературы

Список литературы составляется в алфавитном порядке и включает не менее 5 источников.

Это перечень источников, использованный автором в ходе работы над темой исследования.

Каждый включенный в список литературы источник должен иметь отражение в тексте контрольной работы.

Использованная литература отражается на страницах контрольной работы в виде ссылок в тексте и в виде постраничных сносок, расположенных на каждой странице под основным текстом.

Приложения

Приложение может содержать весь оригинальный материал, использованный автором работы в качестве предмета анализа или доказательства своих выводов. В приложении находят отражение все используемые автором исследования инструментальные средства (анкеты, тесты, вопросники для проведения интервью, бесед и т.д.), а также диаграммы, схемы, графики, фотографии и др.

В тексте работы необходимо сделать ссылки на приложение

Оформление контрольной работы

- Объем текста курсовой работы (без приложений) 15-20 страниц.
- Шрифт Times New Roman,
- Размер шрифта 14
- Выравнивание текста по ширине

- Абзац: отступ 1,27
- Междустрочный интервал: 1,5 строки
- Автоматическая расстановка переносов
- Автоматическая установка сносок
- Нумерация страниц указывается в правом верхнем углу
- Поля страницы: слева – 3 см, справа – 1,5 см, верхние и нижние – 2 см.
- Необходимо аккуратно "сшить" подготовленный текст в специальную папку.

Все части контрольной работы должны быть изложены в строгой логической последовательности и взаимосвязи.

Заголовки параграфов печатаются симметрично тексту (с равным отступлением от края текста) прописными буквами, подзаголовки печатаются строчными буквами (первая буква прописная). Заголовки не подчеркиваются и точки в конце не ставятся.

Обязательно в работе должны быть ссылки и сноски.

Подстрочные (называемые также постраничными или обычными) ссылки (сноски) оформляются внизу страницы автоматически. /Вставка – Сноска – Автоматическая/. Литература в сносках приводится так же, как и в библиографическом списке (автор, название, выходные данные), но с одним отличием: вместо общего числа страниц указывается та страница (или страницы), с которой взята использованная в контрольной работе информация. В сносках, при перечислении выходных данных издания, между обозначением или названием города и годом ставится запятая и отделяется от обозначения страницы точкой, а перед номером страницы помещается прописная (заглавная) буква "С" с точкой.

Вся использованная литература, нормативные акты, документальные источники перечисляются в алфавитном порядке. Сборники, не имеющие на титульном листе имен авторов, включаются в общий список по алфавитному расположению заглавия. В случае использования статьи, опубликованной в журнале, газете или сборнике, приводятся фамилии и инициалы автора, полное название статьи и наименование журнала, газеты или сборника с их выходными данными. Источники на иностранных языках приводятся в конце списка литературы на языке оригинала и по алфавиту. Обязательным требованием является указание объема общего количества (автоматической нумерации) приводимых в списке работ.

В контрольной работе не должно быть сокращений, за исключением общепринятых РФ, ФЗ, СКД и др.

Оценивается контрольная работа по следующим показателям:

- логичность, последовательность, полнота содержания контрольной работы и качество исследования;
- степень самостоятельности, оригинальности выводов;
- широта используемой литературы;
- умение грамотно, аргументированно обосновать и объяснить свои, идеи, выводы и предложения;
- оформление контрольной работы

Отличной оценки заслуживает та работа, которая соответствует всем вышеизложенным требованиям. Хорошая оценка ставится при условии недостаточной проработке одного из перечисленных критериев. Удовлетворительной оценки заслуживает работа, нуждающаяся в ряде уточнений, при недостаточно четком проведении аналитической работы. Неудовлетворительная оценка ставится в случае поверхностного анализа научных источников, необоснованных выводов.

4. Методические рекомендации по написанию курсовой работы

Курсовая работа учебным планом не предусмотрена.

ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

Оценочные и методические материалы включают в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№ п/п	Контролируемые темы дисциплины	Код формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Наименование оценочного средства
1.	Зарождение и развитие выставочной деятельности	ПК-8	ПК-8.1 – знание и понимание сущности, специфики, функций организации и проведения выставок различной тематики и уровня	Сообщения, практическое задание
2.	Терминология современной выставочно-ярмарочной деятельности	ПК-8	ПК-8.2 – знание содержания основных направлений информационно-рекламного сопровождения выставок, ярмарок и специальных профессиональных проектов	Устный опрос, презентации
3.	Организация и структура современной выставочной деятельности	ПК-8	ПК-8.3 – знание наиболее актуальных направлений выставочно-ярмарочной деятельности в России и за рубежом, её инфраструктуре, важнейших организационных	Письменный опрос, практическое задание

			мероприятиях	
4.	Нормативно-правовая база выставочно-ярмарочной деятельности	ПК-8	ПК-8.4 – знание основ нормативно-правовой базы выставочной деятельности	Письменный опрос, практическое задание
5.	Технология подготовки выставки	ПК-8	ПК-8.8 – умение грамотно оценивать перспективы развития выставочно-презентационной деятельности	Практическое задание, тесты
6.	Планирование выставочного мероприятия	ПК-8	ПК-8.5 – знание основ планирования организации и проведения выставок и презентаций	Сообщения, опрос, доклады, практическое задание
7.	Реклама выставок в средствах массовой информации	ПК-8	ПК-8.10 – владение технологиями организации рекламно-информационного сопровождения выставок и презентаций	Доклады, практическое задание, презентации деловая игра
8.	Организация работы выставки и ее закрытие	ПК-8	ПК-8.9 – владение навыками организации и проведению выставок различной тематики и уровня	Сообщения, доклады, устный опрос, практическое задание
9.	Организация работы выставки и ее закрытие	ПК-8	ПК-8.11 – владение навыками моделирования реальных процессов выставочно-презентационного дела	Доклады, практическое задание, презентации
10.	Подготовка стендиста к выставке	ПК-8	ПК-8.7 – владение необходимым объемом прикладных умений и навыков в области организации выставок	Сообщения, доклады, устный опрос, практическое задание.
11.	Технология работы на стенде	ПК-8	ПК-8.6 – знание технологии проведения выставок и презентаций	Доклады, практическое задание, презентации
12.	Организация работ в после выставочный	ПК-8	ПК-8.12 – владение навыками	Доклады, обсуждение

	период		получения, накопления, анализа, обработки информации о новейших достижениях выставочно-презентационной деятельности	Доклады, практическое задание, презентации, маркетинговое исследование, деловая игра
Результат достижения планируемых результатов изучения дисциплины				Экзамен

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций

Критерии оценивания (текущий контроль)

1. Оценка «отлично» выставляется студенту, если студент имеет глубокие знания учебного материала по теме практического задания, в логической последовательности излагает материал; смог ответить на все уточняющие и дополнительные вопросы;
2. Оценка «хорошо» выставляется, если студент показал знание учебного материала, смог ответить почти полностью на все заданные дополнительные и уточняющие вопросы;
3. Оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент в целом освоил материал; однако, ответил не на все уточняющие и дополнительные вопросы;
4. Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по теме практического задания, который полностью не раскрыл содержание вопросов, не смог ответить на уточняющие и дополнительные вопросы.

Критерии оценивания (экзамен)

Знания, умения, навыки и компетенции студентов оцениваются следующими оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»

Оценка	Критерии оценивания
Отлично	Студент не только глубоко и прочно усвоил весь программный материал, но и проявил знания, выходящие за его пределы, почерпнутые из дополнительных источников (классическая литература, учебная литература, научно-популярная литература, научные статьи и монографии и т. п.); умеет самостоятельно обобщать программный материал, не допуская ошибок, проанализировать его с точки зрения различных школ и взглядов; увязывает знания с практикой, приводит примеры, демонстрирующие глубокое понимание материала или проблемы, свободно справляется с задачами и практическими заданиями; исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно выстраивает свой ответ.
Хорошо	Студент твердо знает программный материал, грамотно и последовательно его излагает, увязывает с практикой, не допускает существенных неточностей в ответе на вопросы, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками в выполнении практических заданий и решении задач, испытывает незначительные затруднения при самостоятельном обобщении программного материала.
Удовлетворительно	Студент усвоил только основной программный материал, но не

	знает его отдельных положений, в ответе допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала, не в полной мере владеет необходимыми умениями и навыками в выполнении практических заданий и решении задач, испытывает затруднения при самостоятельном обобщении программного материала.
Неудовлетворительно	Студент не знает значительной части основного программного материала, в ответе допускает существенные ошибки, неправильные формулировки, не владеет необходимыми умениями и навыками в выполнении практических заданий и решении задач, испытывает значительные затруднения при самостоятельном обобщении программного материала.

3. Типовые контрольные задания и методические материалы, процедуры оценивания знаний, умений и навыков

Особую инновационность в методическом плане при преподавании дисциплины «Технологии выставочной деятельности» представляют ролевые игры как форма коллективной деятельности педагога и студентов при проведении семинарских занятий.

Эффективность применения игровых ситуаций, зависит от соблюдения следующих условий: знание студентами учебного материала и наличие достаточного личного опыта и жизненного опыта вообще.

Перечень дискуссионных тем для круглого стола (дискуссии, полемики, диспута, дебатов)

- 1.Тема 5.
- 2.Тема 6
- 3.Тема 7.

Круглый стол (с элементами деловой игры и диспута)

Тема 7. Реклама выставок в средствах массовой информации

Концепция диспута

Каталоги выставок. Три подхода организаторов к составлению каталогов. Информационные задачи выставочного каталога. Задачи пресс-релиз. Особенности организации и проведения пресс-конференции для СМИ перед выставкой. Организация работы с журналистами и репортерами на выставке.

Тестовые материалы

Тестовые материалы по данной дисциплине находятся в системе поддержки самостоятельной работы студентов

ПАСПОРТ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

1. Общее количество тестовых заданий в базе - 50
2. Ограничение времени выполнения теста (в мин) - 45
3. Автоматическое перемешивание вопросов в тесте: - да

4. Случайный порядок ответов в тестовом задании: - нет
5. Критерии оценки результатов тестирования:
 - Неудовлетворительно – 0 – 55% правильных ответов
 - Удовлетворительно - 56 – 75% правильных ответов
 - Хорошо – 76 - 89% правильных ответов
 - Отлично – 90% и более правильных ответов

ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Вопросы для подготовки к промежуточной аттестации по дисциплине (экзамену)

1. История выставок и ярмарок в дореволюционной России.
2. Выставочный стенд и его значение в организационном процессе выставки.
3. Выставочная деятельность в СССР.
4. Работа дирекции на встречах, переговорах, проводимых на выставке.
5. Функции выставочной деятельности.
6. Работа с журналистами и репортерами на выставке.
7. Терминология современной выставочно-ярмарочной деятельности.
8. Выставки как инструмент рекламы, цели и функции рекламной деятельности на выставках.
9. Виды и типология выставок.
10. Принципы отбора экспонатов на выставку.
11. Функции и задачи выставок в современном обществе.
12. Выставка как первый этап формирования нового музея.
13. Концепция развития выставочно – ярмарочной деятельности в РФ.
14. Фазы принятия решения об участии. Предпосылки и причины участия.
15. Экспонаты как одно из самых важных средств передачи коммерческого сообщения экспонента.
16. Техника организации участия в ярмарке/выставке.
17. Защита интеллектуальной собственности, демонстрируемой на выставке.
18. Подбор и обучение персонала на стенде.
19. Технология работ по организации участия в выставке.
20. Особенности работы на стенде.
21. Выставка, как один из инструментов маркетинга.
22. Планирование и управление работой стенда.
23. Маркетинговые коммуникации в выставочной деятельности (основные элементы комплекса коммуникаций)
24. Закрытие выставки. Специфика данного мероприятия.
25. Этапы подготовки участия в выставке.
26. Информационно-рекламные и культурные программы на выставке.
27. Этапы работы на выставке.
28. Организация развлекательных мероприятий на выставке.
29. Этапы работы после выставки.
30. Эффективные методы привлечения внимания посетителей к стенду.
31. Официальный каталог выставки. Виды рекламы.
32. Организация и оформление выставочного стенда.
33. Организация церемонии открытия выставки.
34. Работа с дизайнерами стендов.
35. Коммуникация с посетителями. Факторы успеха коммуникации.
36. Профилактика утомляемости стендиста на выставке.
37. Закрытие выставки. Типовые ошибки при проведении выставки.
38. Работа с посетителями стенда.

39. Послевыставочная работа. Подготовка отчетов.
40. Подготовка рекламной и сувенирной продукции.
41. Типы посетителей на выставке.
42. Методы оценки эффективности участия в выставке.

ГЛОССАРИЙ

Виртуальная выставка – группа веб-страниц, на которых представлены экспонаты реальной выставки, систематизированные в определенном порядке.

Всемирная выставка – международная выставка/ярмарка, на которой страны демонстрируют свои достижения в области экономики, науки, техники и культуры.

Выставка – рыночное мероприятие, проходящее в четко установленные сроки с определенной периодичностью, демонстрирующее товары и услуги фирм-участников, достижения науки и техники, передового опыта одной или несколько отраслей народного хозяйства или информирующее посетителей с целью содействия сбыту продукции.

Выставочный менеджер - управляющий выставочными продуктами.

Выставочный образец – единичный показательный или пробный экземпляр продукции, используемый для рекламы, ознакомления.

Выставочный продукт - совокупность общих, административных, рекламных и технических услуг, предлагаемых экспоненту организаторами выставки.

Выставочный рекламный буклет – издание, отпечатанное в типографии, которое содержит информацию о сроках и месте проведения выставки, товарных группах, экспонируемых на площадке, уникальных чертах выставки, деловой программе, инфраструктуре.

Выставочный стенд - специальное помещение из легко разбираемых конструкций, построенных на выставочной площади по заказу экспонента на время проведения выставочного мероприятия.

Каталог выставки – печатное издание, рекламирующее большой перечень товаров и услуг с краткими пояснениями экспонентов, как представляющих свою продукцию на выставке, так и участвующих заочно.

Конференция – большое собрание, совещание представителей каких-либо государств, организаций, групп.

Концепция выставки – определенный способ понимания, трактовки выставки, основная точка зрения, руководящая идея для ее освещения, ведущий замысел, конструктивный принцип этого вида деятельности.

Маркетинговые коммуникации – элемент комплекса маркетинга, целью которого является обеспечение взаимосвязи с покупателями, посредниками и другими участниками рыночной деятельности, а также формирование спроса и стимулирования сбыта.

Межрегиональная выставка – выставка/ярмарка, демонстрирующая товары и услуги предприятий нескольких регионов.

Многоотраслевая выставка – выставка, на которой демонстрируются товары нескольких отраслей.

Пресс-релиз – сообщение, содержащее важную новость или полезную информацию для широкой аудитории.

Организатор выставки - любой человек или корпорация, занятый организацией и проведением выставок.

Отраслевая выставка – выставка, специализирующаяся на демонстрации товаров/услуг определенной отрасли (сегмента рынка).

План экспозиции – план выставки с указанием номеров стендов и инфраструктуры выставки.

Посетитель – это лицо, посещающее выставку в дни и часы ее официальной работы с целью знакомства с демонстрируемыми экспонатами или участия в программе выставки.

Прямой участник – фирма, арендующая стенд для работы на нем собственного или ангажированного персонала.

Смешанная выставка – сочетание торговой и потребительской выставки. Предусматривает посещение публикой в запланированное время.

Специализированная выставка – выставка, концентрирующаяся на демонстрации товаров одной отрасли и определенной сферы услуг и ориентированная на специалистов конкретной отрасли.

Стендист – представитель компании, участника выставки, с большим кругом задач, главные из которых – демонстрация продукции и услуг предприятия на стендах, установление контактов с потенциальными клиентами и партнерами, заключение сделок и договоров с заказчиками и потребителями.

Универсальная выставка – тип выставки, который не привязан к отрасли или сегменту рынка.

Участник выставки – это физическое или юридическое лицо, арендующее стенд для работы на нем собственного или ангажированного персонала и представляющее на нем собственные товары и услуги.

Целевая аудитория – основная и наиболее важная для рекламодателя категория получателей рекламного обращения.

Частный посетитель – лицо, посещающее выставку, исходя из личного интереса.

Экспозиция – демонстрация товаров и услуг с использованием специального выставочного оборудования одним или несколькими экспонентами одновременно.

Экспонент – физическое или юридическое лицо - участник выставки.

Ярмарка – рыночное мероприятие, проходящее в четко установленные сроки с определенной периодичностью, демонстрирующее товары и услуги фирм-участниц одной или нескольких отраслей народного хозяйства, нацеленных на заключение прямых торговых сделок по представленным образцам, в национальном и международном масштабах.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Основной целью изучения дисциплины «Технологии выставочной деятельности» осмысление общих технологий организации и проведения выставочно-презентационной деятельности.

Дисциплина изучает сущность, специфику, функции, принципы, направления деятельности по организации и проведению выставок различной тематики и уровня, а также основные направления информационно-рекламного сопровождения выставок, ярмарок и специальных профессиональных проектов; актуальные проблемы выставочно-ярмарочной деятельности в России и за рубежом, специфику её инфраструктуры и важнейших организационных мероприятиях; технологии организации и рекламно-информационного сопровождения выставок и презентаций.

Форма промежуточной аттестации знаний — **экзамен**.

Программа курса предусматривает проведение лекционных, семинарных, практических занятий и самостоятельную работу студентов. Предполагается широкое использование активных форм и методов обучения (обсуждение материалов периодической печати, видеофильмов, проведение «круглых столов», аукционов, деловых игр, написание рефератов).

Ключевым методическим способом подачи учебного материала по дисциплине является лекция.

Лекционное занятие — это систематическое, последовательное, устное изложение лектором учебного материала. Занятие «лекция» носит, прежде всего, обзорный характер, охватывая весь круг выносимых на изучение учебных вопросов. При проведении такого типа занятий очень важно живое слово лектора, его педагогическое мастерство как педагога, который дает студентам информационную базу. Лекции являются важной формой передачи преподавателем студентам общетеоретических знаний.

Лекции, как правило, читаются не по всем, а по наиболее сложным темам курса, не дублируют учебники, а содержат новейшие научные данные и примеры, которых может не быть в учебных пособиях. Для лучшего усвоения материала на лекционных занятиях целесообразно предварительно перед лекцией ознакомиться с положениями лекционной темы в конспекте лекций, содержащемся в данном учебно-методическом пособии либо в рекомендуемых учебниках.

Семинарские занятия — другая важная форма учебного процесса. Они способствуют закреплению и углублению знаний, полученных студентами на лекциях и в результате самостоятельной работы над научной и учебной литературой и нормативными источниками. Они призваны развивать самостоятельность мышления, умение делать выводы, связывать теоретические положения с практикой, формировать профессиональное правовое сознание деятелей социально-культурной сферы. На занятиях вырабатываются необходимые каждому бакалавру навыки и умения публично выступать, логика доказывания, культура профессиональной речи. Кроме того, семинары — это средство контроля преподавателей за самостоятельной работой студентов, они непосредственно влияют на уровень подготовки к итоговым формам отчетности — зачетам и экзаменам. В выступлении на семинарском занятии должны содержаться следующие элементы:

- четкое формулирование соответствующего теоретического положения в виде развернутого определения;
- приведение и раскрытие основных черт, признаков, значения и роли изучаемого явления или доказательства определенного теоретического положения;
- подкрепление теоретических положений конкретными фактами политико-правовой действительности, примерами из законодательной либо правоприменительной практики.

Для качественного и эффективного изучения дисциплины необходимо овладение навыками работы с книгой, воспитание в себе стремления и привычки получать новые

знания из научной и иной специальной литературы. Без этих качеств не может быть настоящего специалиста ни в одной области деятельности.

Читать и изучать, следует, прежде всего, то, что рекомендуется к каждой теме программой, планом семинарских занятий, перечнем рекомендуемой литературы.

Когда студент приступает к самостоятельной работе, то он должен проявить инициативу в поиске специальных источников. Многие новейшие научные положения появляются, прежде всего, в статьях, опубликованных в журналах.

Надо иметь в виду, что в каждом последнем номере издаваемых журналов публикуется библиография всех статей, напечатанных за год, это облегчает поиск нужных научных публикаций.

Работа с научной литературой, в конечном счете, должна привести к выработке у студента умения самостоятельно размышлять о предмете и объекте изучения, которое должно проявляться:

- в ясном и отчетливом понимании основных понятий и суждений, содержащихся в публикации, разработке доказательств, подтверждающих истинность тех или иных положений;
- в понимании студентами обоснованности и целесообразности, приводимых в книге и статье примеров, поясняющих доказательства и выводы автора. При этом будет уместно, если студент самостоятельно приведет дополнительные примеры к этим выводам;
- в отделении основных положений от дополнительных, второстепенных сведений;
- в способности студента критически разобраться в содержании публикации, определить свое отношение к ней в целом, дать ей общую оценку, характеристику.

Другим важнейшим методическим приемом в учебном процессе является самостоятельная работа студента.

Самостоятельная работа в высшем учебном заведении, является важной организационной формой индивидуального изучения студентами программного материала. Эти слова особенно актуальны в наше время, когда в педагогике высококвалифицированных специалистов широко используется дистанционное обучение, предполагающее значительную самостоятельную работу студента на основе рекомендаций преподавателя.

В современных условиях дидактическое значение самостоятельной подготовки неизмеримо возрастает, а ее цели состоят в том, чтобы:

- повысить ответственность самих обучаемых за свою профессиональную подготовку, сформировать в себе личностные и профессионально-деловые качества;
- научить студентов самостоятельно приобретать знания, формировать навыки и умения, необходимы для профессиональной деятельности;
- развивать в себе самостоятельность в организации, планировании и выполнении заданий, определяемых учебным планом и указаниями преподавателя.

Достигнуть этих целей в ходе самостоятельной работы при изучении дисциплины возможно только при хорошей личной организации своего учебного труда, умении использовать все резервы имеющегося времени и подчинить их профессиональной подготовке.

Самостоятельная работа как метод обучения включает:

- изучение и конспектирование обязательной литературы в соответствии с программой дисциплины;
- ознакомление с литературой, рекомендованной в качестве дополнительной;
- изучение и осмысление специальной терминологии и понятий;
- сбор материала и написание контрольных, конкурсных и дипломных работ;
- изучение указанной литературы для подготовки к промежуточному контролю.
- основными компонентами содержания данного вида работы являются:
- творческое изучение учебных пособий и научной литературы;
- умелое конспектирование;

- участие в различных формах учебного процесса, научных конференциях, в работе кружков и т. д.;
- получение консультаций у преподавателя по отдельным проблемам курса;
- получение информации и опыта о работе профессионалов в процессе производственно-учебной практики;
- знакомство с литературой при формировании своей личной библиотеки и др.

Данный комплекс рекомендаций позволяет студентам овладеть многими важными приемами самостоятельной работы и успешно использовать их при подготовке контрольных по дисциплине.

Контрольные работы могут выступать как дополнительные (вспомогательные) учебные формы отчетности студента, которые осуществляются в ходе семинарских (практических) занятий (в конце) и проводятся максимум в течение 10-15 минут. Преподаватель может заранее объявить о предстоящей работе и предложить примерный перечень тем, то есть сориентировать студентов на работу по более широкому кругу вопросов. Таким образом, студентам дается возможность лишней раз обратиться к учебному материалу и более качественно подготовиться к выполнению контрольной работы.

Как правило, контрольные работы по дисциплине сугубо индивидуальны, то есть их тематика персонифицирована. Однако в отдельных случаях темы контрольных работ могут быть адресованы и сразу нескольким студентам, и группе в целом. Таким приемом преподаватель выявляет степень усвоения какой-то важной учебной проблемы и определяет необходимость проведения дополнительных занятий по какой-либо теме. В настоящее время используется методика компьютерного тестирования знаний студентов по дисциплинам, в результате чего появится возможность быстро проверять знания по наиболее важным темами и объективно оценивать их.

Студенту следует письменно (предельно кратко) очертить те вопросы (полностью или частично), которые поставлены автором в монографическом исследовании; при изложении их следует указывать страницы источника.

Особую инновационность в методическом плане при преподавании дисциплины представляют ролевые и деловые игры как форма коллективной деятельности педагога и студентов при проведении семинарских занятий.

Игра позволяет влиять на профессиональные навыки студентов. Учебно-производственные ситуации относятся к тем методическим средствам, которые позволяют осуществлять взаимосвязь понятийно-категориального уровня правосознания с поведенческим. В результате достигается не только интеллектуальный, но и эмоциональный уровень усвоения правовых понятий и идей.

Учебно-тренировочные ситуации являются специфическим методическим приемом, одним из основных видов проблемно-развивающего обучения, благодаря которому усиливается практический интерес студентов к теоретико-правовым вопросам.

Эффективность применения учебных ситуаций зависит от соблюдения следующих условий: знание студентами теоретического материала и наличие достаточного личного опыта и жизненного опыта вообще.

Вместе с тем, обязательным условием эффективного применения учебно-производственных ситуаций на занятиях по дисциплине является сформированность специальных умений: анализировать литературу и источниковую базу, делать анализ, уяснять процессы, происходящие в реальном мире.

Важными в методическом плане на семинарских занятиях являются проводимые **тестовые опросы** и решение задач, которые содействуют превращению знаний в глубокие убеждения, дают простор для развития творческо-эмоциональной сферы, позволяют сделать выводы об эффективности занятий с учащимися, что в итоге повышает интерес к овладению знаниями.

Только сочетая дидактически и органически все методические способы и приемы в их диалектическом единстве и взаимосвязи возможно добиться должного уяснения учебного материала со стороны студентов.

Методические рекомендации для преподавателей

Тема занятия	Виды учебных занятий	Способы учебной деятельности	Методы обучения, формы педагогического общения	Средства обучения	Формы контроля
Тема 1. Зарождение и развитие выставочной деятельности	Лекция Семинар	Коллективный	Методы: объяснительно-иллюстративный, репродуктивный. Формы: монолог/диалог	Учебное пособие Интернет-ресурсы	Сообщения, доклады, устный опрос
Тема 2. Терминология современной выставочно-ярмарочной деятельности	Лекция Семинар	Коллективный	Методы: объяснительно-иллюстративный, репродуктивный. Формы: монолог/диалог	Учебное пособие Интернет-ресурсы	Сообщения, доклады, письменный опрос.
Тема 3. Организация и структура современной выставочной деятельности	Лекция Семинар	Индивидуально-групповой	Методы: объяснительно-иллюстративный, репродуктивный. Формы: монолог/диалог	Учебное пособие Интернет-ресурсы	Доклады по вопросам семинара с последующим обсуждением, устный опрос, практическое задание.
Тема 4. Нормативно-правовая база выставочно-ярмарочной деятельности	Лекция Семинар	Коллективный, индивидуально-групповой	Методы: объяснительно-иллюстративный, репродуктивный. Формы: монолог/диалог	Учебное пособие Интернет-ресурсы.	Доклады по вопросам семинара, устный опрос, практическое задание.
Тема 5. Технология подготовки выставки	Лекция, семинар	Коллективный, индивидуально-	Методы: объяснительно-иллюстративный, репродуктивный.	Учебное пособие Интернет-ресурсы	Доклады по вопросам семинара

		групповой	Формы: монолог/диалог		с последую щим обсужден ием, опрос, практичес кое задание
Тема 6. Планирование выставочного мероприятия	Лекция, семинар	Коллективн ый, Индивидуал ьно- групповой	Методы: объяснительно- иллюстративный, репродуктивный. Формы: монолог/диалог	Учебное пособие Интернет- ресурсы	Доклады по вопросам семинара с последую щим обсужден ием
Тема 7. Реклама выставок в средствах массовой информации	Лекция, семинар	Коллективн ый, Индивидуал ьно- групповой	Методы: объяснительно- иллюстративный, репродуктивный. Формы: монолог/диалог	Учебное пособие Интернет- ресурсы.	Доклады по вопросам семинара с последую щим обсужден ием, практичес кое задание
Тема 8. Организация работы выставки и ее закрытие	Лекция семинар	Коллективн ый	Методы: объяснительно- иллюстративный, репродуктивный. Формы: монолог/диалог	Учебное пособие Интернет- ресурсы.	Доклады по вопросам семинара с последую щим обсужден ием, устный опрос
Тема 9. Организация работы выставки и ее закрытие	Лекция, семинар	Коллективн ый, Индивидуал ьно- групповой	Методы: объяснительно- иллюстративный, репродуктивный. Формы: монолог/диалог	Учебное пособие Интернет- ресурсы.	Доклады по вопросам семинара с последую щим обсужден ием, круглый стол,

					практическое задание
Тема 10. Технология работы на стенде	Лекция, семинар	Коллективный, индивидуально-групповой	Методы: объяснительно-иллюстративный, репродуктивный. Формы: монолог/диалог	Учебное пособие Интернет-ресурсы.	Доклады по вопросам семинара с последующим обсуждением, практическое задание
Тема 11. Технология работы на стенде	Лекция, семинар	Коллективный, индивидуально-групповой	Методы: объяснительно-иллюстративный, репродуктивный. Формы: монолог/диалог	Учебное пособие Интернет-ресурсы.	Доклады по вопросам семинара с последующим обсуждением, практическое задание
Тема 12. Организация работ в после выставочный период	Лекция, семинар	Коллективный, индивидуально-групповой	Методы: объяснительно-иллюстративный, репродуктивный. Формы: монолог/диалог	Учебное пособие Интернет-ресурсы.	Доклады по вопросам семинара с последующим обсуждением, практическое задание

Тематический план изучения дисциплины «Технологии выставочной деятельности»

Год набора 2021, 2022 заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего	Трудоемкость по дисциплине				СР	Формируемые компетенции
		Контактная работа	в т.ч.				
			лекции	Пр/Сем	Иная контактная работа		
1. Зарождение и развитие выставочной деятельности»	17	4	2	1	1	13	ПК-8
2. Терминология современной выставочно-ярмарочной деятельности	16	3	2		1	13	ПК-8
3. Организация и структура современной выставочной деятельности	17	4	2	1	1	13	ПК-8
4. Нормативно-правовая база выставочно-ярмарочной деятельности	16	3	2		1	13	ПК-8
5. Технология подготовки выставки	16	3	2		1	13	ПК-8
6. Планирование выставочного мероприятия	16	3	1	1	1	13	ПК-6
7. Реклама выставок в средствах массовой информации	16	3	2		1	13	ПК-8
8. Организация работы выставки и ее закрытие	15	2	1		1	13	ПК-8
9. Значение выставочного стенда в организационном процессе	15	2	1		1	13	ПК-8
10. Подготовка стендиста к выставке	16	3	1	1	1	13	ПК-8
11. Технология работы на стенде	15	2	1		1	13	ПК-8
12. Организация работ в после выставочный период	10	2	1		1	8	ПК-8
Контроль	9	-					
Итого по дисциплине	180	29	18	4	12	151	
Зачетных единиц	5						
Контрольная работа	27						