

ВЫСТАВОЧНОЕ ДЕЛО

1. Цель освоения дисциплины

Получение теоретических знаний по подготовке, организации и проведению выставок и ярмарок; формирование навыков применения полученных знаний в практической деятельности; изучение типов выставок и ярмарок; изучение типов экспонентов (участвующие организации) и посетителей; организация работы персонала на стенде.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Выставочное дело» относится к базовой части блока дисциплин. Для освоения дисциплины «Выставочное дело» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплины «Психология массовых коммуникаций», прохождения практики «Практика по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности (организационно-управленческая)».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплины «Современная пресс-служба», прохождения практики «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- историю становления и развития выставочной деятельности. Уметь применить эти знания в создании и проведении выставок. Владеть понятийным аппаратом выставочного дела;
- компоненты выставочного мероприятия, способы оценки сегмента выставочного рынка, методику формирования концепций выставки. Уметь оценить привлекательность для потенциальных посетителей предполагаемых экспонатов, определив принципы их группировки. Владеть технологией организации выставки;
- критерии и способы оценок планируемых выставок, определения целей участия в выставке;
- технологии подготовки концепции, проектирования и создания выставочного стенда фирмы;
- специфику выставочной рекламы фирмы с учетом характера и масштаба рекламы выставки в целом;
- структуру последовательной деятельности выставки в целом и фирмы – участника выставки;

уметь

- технологии продвижения инновационной продукции в выставочной работе. Уметь анализировать предлагаемые экспонаты, оценивать совместно с экспертами их инновационную направленность. Владеть способами и приемами организации контактов участников и посетителей инновационных выставок;
- основные этапы художественного проектирования экспозиции, их содержание и

эстетические характеристики. Уметь построить тематическую структуру, определить стилевые принципы оформления выставки. Владеть навыками создания комплексного творческого коллектива создания художественного и рабочего проекта выставки;

- определить программу и этапы подготовки участия фирмы в выставке;
- оценить предлагаемые экспонаты, их привлекательность для потенциальных посетителей, художественные средства оформления стенда;
- разработать план рекламной кампании участника выставки;
- сделать план послевыставочной работы с учетом разных групп посетителей выставки;

владеть

- структуру организации работы выставки, принципы подбора персонала, его подготовки и контроля. Уметь вести переговоры, организовывать деловые встречи, культурные программы, экскурсии по направлениям тематики выставки. Владеть информационными технологиями слежения и контроля за ходом работы выставки;
- технологией организации всех процессов подготовки и участия в выставке;
- технологией организации участия в выставке;
- технологией развертывания рекламы в процессе участия в выставке;
- технологией анализа выставочной работы и определения перспектив ее развития.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 3,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 48 ч., СРС – 60 ч.),

распределение по семестрам – 6,

форма и место отчётности – зачёт (6 семестр).

5. Краткое содержание дисциплины

Выставочное дело: история, типология, инновации.

Зарождение и развитие выставочной деятельности. Язык и понятийный аппарат выставочной деятельности. Организация и структура современной выставочной деятельности. Нормативно-правовая база выставочно-ярмарочной деятельности. Методы планирования выставочных работ и выставочных программ. Современная система планирования выставочными ресурсами выставочной организации. Документационное обеспечение выставочной деятельности. Координация выставочной деятельности: информационное обеспечение, практика на федеральном и региональном уровне.

Создание и проведение выставки. Технологии подготовки и проведения выставки.

Технология подготовки выставки, выбор выставочной тематики, приказ о подготовке выставки, создание оргкомитета, рабочих групп и дирекции выставки. Финансовый план и бюджет выставки. Разработка концепции выставки. Выбор помещения, реклама и комплектование выставки. Художественное проектирование и оформление выставки.

Участие в выставках и ярмарках.

Выбор выставки, принятие решения об участии. Этапы подготовки участия в выставке. Концепция, проектирование и создание выставочного стенда. Работы на выставочном стенде.

Рекламные технологии в выставочной деятельности..

Сущность, цели, формы и виды рекламы в выставочной деятельности. Организация рекламно-информационной поддержки участия туристической фирмы в выставке

Послевыставочная деятельность.

Анализ и оценка результатов работы выставки. Разработка перспектив выставочной деятельности

6. Разработчик

Певнев Михаил Сергеевич, старший преподаватель кафедры социальной работы.