

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.В.ОД.14 Выставочная деятельность»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

43.03.02 Туризм

(код и наименование направления подготовки)

Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы

Программа академического бакалавриата

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Заочная

Год набора 2017

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма

наименование кафедры

протокол № 5 от "9" января 2017 г.

Заведующий кафедрой

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма

наименование кафедры

подпись

расшифровка подписи

 Е.В. Шестакова

Исполнители:

Доцент кафедры УПСиТ

должность

подпись

 И.Л. Полякова

расшифровка подписи

должность

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

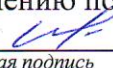
Председатель методической комиссии по направлению подготовки

43.03.02 Туризм

код наименование

личная подпись

расшифровка подписи

 Е.В. Шестакова

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись

 Н.Н. Грицай

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись

 Ю.В. Рожкова

расшифровка подписи

№ регистрации _____

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины: формирование комплекса знаний по теоретическим основам выставочной деятельности и системы навыков исследования специфики планирования, подготовки, организации и проведения выставочных мероприятий.

Задачи:

1) теоретический компонент:

- знать теоретические основы организации выставок и ярмарок;
- знать этапы подготовки и проведения выставки.

2) познавательный компонент:

- знать технологии планирования выставочной деятельности;
- научить планировать и организовывать выставки различного уровня;
- научить оценке эффективности проведения и участия в выставке.

3) практический компонент:

- владеть навыками оформления выставки;
- владеть навыками подготовки каталогов и других информационных и рекламных изданий о выставке;
- владеть основами работы с посетителями выставки.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам (модулям) вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.13 Организация туристской деятельности, Б.1.Б.15 Менеджмент в туристской индустрии, Б.1.Б.19 Музейное дело, Б.1.В.ОД.5 Экономика и предпринимательство в туризме, Б.1.В.ОД.6 Стандарты обслуживания, Б.1.В.ОД.13 Сервисная деятельность, Б.2.В.П.1 Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности*

Постреквизиты дисциплины: *Б.1.В.ДВ.12.1 Организационная культура, Б.2.В.П.2 Научно-исследовательская работа, Б.2.В.П.3 Преддипломная практика*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
<u>Знать:</u> - основы технологии предоставления выставочных услуг потребителю; - виды выставочных стендов; - теоретические основы работы стендистов на выставке. <u>Уметь:</u> - планировать выставочное пространство в зависимости от специфики выставки, ее участников и посетителей; - подбирать вспомогательные материалы для проведения выставки; - планировать мероприятия параллельной программы выставки. <u>Владеть:</u> - методами и технологиями взаимодействия с участниками и посетителями выставки.	ОПК-3 способностью организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов
<u>Знать:</u> - методические подходы организации работы выставочной команды, в том числе в нестандартных ситуациях;	ПК-4 способностью организовывать работу исполнителей, принимать

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
- этапы планирования и проведения выставочных мероприятий и особенности работы выставочной команды на каждом из этапов. - упражнения по командообразованию. Уметь: - формировать выставочную команду; - организовывать работу туристского и выставочного предприятия, включая саму технологию предоставления туристских и выставочных услуг, а также управлять персоналом предприятий индустрии сервиса и туризма. Владеть: - способностью работать в коллективе и команде; - методами и технологиями командной работы; - методами оценки эффективности выставочных мероприятий.	решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	8 семестр	всего
Общая трудоёмкость	108	108
Контактная работа:	16,5	16,5
Лекции (Л)	8	8
Практические занятия (ПЗ)	8	8
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,5	0,5
Самостоятельная работа: - выполнение контрольной работы (Контр Р); - выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ); - самостоятельное изучение разделов; - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий); - подготовка к практическим занятиям.	91,5 +	91,5
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	зачет	

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	История возникновения, становления и развития выставок и ярмарок в мире и России	13	1	1		11
2	Классификация выставок и ярмарок	13	1	1		11
3	Организация и структура современной выставочной деятельности	14	1	1		12
4	Планирование и организация выставочной деятельности	14	1	1		12
5	Стендист: задачи, функции и профессиональное мастерство	13	1	1		11
6	Технология подготовки выставки	14	1	1		12
7	Организация работы выставки.	14	1	1		12

8	Организация работ в послевыставочный период	13	1	1		11
	Итого:	108	8	8		92
	Всего:	108	8	8		92

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел № 1 «История возникновения, становления и развития выставок и ярмарок в мире и России»

Исторические предпосылки появления и развития выставок и ярмарок. Ярмарки и выставки в дореволюционной России. Выставочная деятельность в СССР. Выставки в современной России.

Раздел № 2 «Классификация выставок и ярмарок»

Классификация выставок и ярмарок по форме собственности и по виду. Классификации в различных целях: по сфере предпринимательства, различию потребительских интересов и личностных особенностей потребителей, размещению, частоте проведения, направлению работы, характеру предложений.

Раздел № 3 «Организация и структура современной выставочной деятельности»

Понятийный аппарат выставочной деятельности. Функции выставок в современном обществе. Выставочные организации и выставочно-ярмарочные программы.

Раздел № 4 «Планирование и организация выставочной деятельности»

Затраты и ценообразование при подготовке и проведении выставок. Инвестиционный менеджмент в выставочной деятельности. Методы планирования выставочных работ и выставочных программ; планирование организации обслуживания участников и посетителей выставки.

Раздел № 5 «Стендист: задачи, функции и профессиональное мастерство»

Организационно-подготовительная и техническая работа стендиста на выставке. Коммерческая работа на стенде. Устное мастерство стендиста.

Раздел № 6 «Технология подготовки выставки»

Выбор новой выставочной тематики. Создание оргкомитета, рабочих групп и дирекции выставки. Финансовый план и бюджет выставки. Разработка концепции выставки. Рабочий план подготовки и проведения выставки. Разработка форм заявок, условий участия и договоров с участниками выставки. Выбор помещения, реклама и художественное проектирование и оформление выставки.

Раздел № 7 «Организация работы выставки»

Организация церемонии открытия выставки. Режим работы выставки и организация потоков посетителей. Прием почетных гостей и экскурсий. Информационно-рекламные и культурные программы на выставке. Организация смотров-конкурсов, награждение участников выставки и экспонентов. Закрытие выставки.

Раздел № 8 «Организация работ в послевыставочный период»

Мероприятия, намечаемые и реализуемые после выставки. Документационное обеспечение участия в выставке и особенности отчетности экспонента.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	История возникновения, становления и развития выставок и ярмарок в мире и России	1
2	2	Классификация выставок и ярмарок	1
3	3	Организация и структура современной выставочной деятельности	1
4	4	Планирование и организация выставочной деятельности	1
5	5	Стендист: задачи, функции и профессиональное мастерство	1
6	6	Технология подготовки выставки	1
7	7	Организация работы выставки.	1
8	8	Организация работ в послевыставочный период	1
		Итого:	8

4.4 Контрольная работа (8 семестр)

Примерное задание на контрольную работу.

Посетить любую коммерческую выставку. Выбрать по своему усмотрению 2 фирмы (при возможности 1 отечественную и 1 зарубежную). Провести анализ выставочной экспозиции выбранных фирм на основе личного наблюдения; опроса выставочного персонала фирмы-экспонента в качестве посетителя экспозиции и изучения рекламно-информационных материалов фирм. Получить на выставке план выставочного комплекса и план павильона, в котором расположена экспозиция выбранной фирмы (либо выполнить эти планы самостоятельно). Отметить на плане место экспозиции выбранной фирмы. Собрать информационные и рекламные материалы, предлагаемые выбранными фирмами.

Разделы контрольной работы:

- 1 Общая характеристика выбранной выставочной экспозиции.
- 2 Оценка дизайна выставочной композиции (размещение, композиция, цветовое решение, световое решение, эргономика выставочного стенда и пространства)
- 3 Характеристика выставочного персонала фирмы-экспонента (внешний вид, работа с посетителями и пр.).
- 4 Характеристика вспомогательных материалов, используемых на выставке (рекламные материалы, информационные материалы и др.).
- 5 Проведение и участие в параллельных мероприятиях выставки (образовательные, развлекательные, профессиональные и др.).

К отчету могут прилагаться информационные и рекламные материалы фирмы экспонента. В отчете необходимо кратко сформулировать результат проделанной работы, сделать выводы.

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Варакута, С. А. Связи с общественностью: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Менеджмент организации" / С. А. Варакута. - Москва : ИНФРА-М, 2013. - 207 с.

2. Петелин В. Г. Основы менеджмента выставочной деятельности [Электронный ресурс] / Петелин В. Г. - Юнити-Дана, 2015. – 448 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116636>

3. Стровский Л. Е. Основы выставочно-ярмарочной деятельности. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Стровский Л. Е., Фролова Е. Д., Стровский Д. Л., Осинцев Ю. В., Демченко Е. А. - Юнити-Дана, 2015. – 288 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114544>

5.2 Дополнительная литература

1. Основы выставочно-ярмарочной деятельности [Текст] : учеб. пособие для вузов / под ред. Л. Е. Стровского. - М. : Юнити, 2005. - 288 с.
2. Симонов, К. В. Современный экспобизнес. Условия предпринимательства и управленческие технологии [Текст] : монография / К. В. Симонов; под ред. В. В. Герасименко. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 656 с.
3. Кудряшова, О. А. Понятие, функции и значение выставочной деятельности / О. А. Кудряшова // Маркетинг в России и за рубежом, 2012. - № 5. - С. 58-71.
4. Гойхман, О. Я. Организация и проведение мероприятий [Текст] : учеб. пособие / О. Я. Гойхман. - 2-е изд. - М. : ИНФРА-М, 2012. - 136 с

5.3 Периодические издания

1. Маркетинг в России и за рубежом: журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2017.
2. Менеджмент в России и за рубежом: журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2017.
3. Российское предпринимательство: журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2017.
4. Туризм: право и экономика: журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2017.
5. Реклама. Теория и практика: журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2017.

5.4 Интернет-ресурсы

1. <http://www.expocentr.ru> - Экспоцентр. Международные выставки и конгрессы.
2. <http://www.expoclub.ru> - Экспо клуб – международный выставочный портал.
3. <http://www.tourprom.ru> - Информационная группа «Турпром».
4. <http://www.exponet.ru> - Экспонент - профессиональный интернет-портал выставочной индустрии.

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

Программное обеспечение:

1. Операционная система Microsoft Windows
2. Пакет настольных приложений Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, OneNote, Outlook, Publisher, Access)

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Консультант Плюс [Электронный ресурс] : справочно-правовая система / Компания Консультант Плюс. – Электрон. дан. – Москва, [1992– 2017]. – Режим доступа : в локальной сети ОГУ <\\fileserv1\CONSULT\cons.exe>
2. Гарант [Электронный ресурс] : справочно-правовая система / НПП Гарант-Сервис. – Электрон. дан. – Москва, [1990–2017]. – Режим доступа <\\fileserv1\GarantClient\garant.exe> в локальной сети ОГУ.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.

К рабочей программе прилагаются:

- Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине;
- Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.