Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет имени В.А. Бондаренко»

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.В.6 Выставочная деятельность»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
43.03.01 Сервис
(код и наименование направления подготовки)

Социально-культурный сервис
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора 2026

Рабочая программа дисциплины «*Б1.Д.В.6 Выставочная деятельность*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма
наименование кафедры

протокол № 7 от "13" марта 2026 г.

И.о. заведующего кафедрой
Кафедра управления персоналом, сервиса и туризма — Н. А. Четверикова
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:
Доцент кафедры УПСиТ — И.Л. Полякова
должность *подпись* *расшифровка подписи*

должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
43.03.01 Сервис — Н. А. Четверикова
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом формирования фонда и научной обработки документов
С.А. Биктимирова
личная подпись *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
Ю.В. Рожкова
личная подпись *расшифровка подписи*

№ регистрации 188496

© Полякова И.Л, 2026
© ОГУ, 2026

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 Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.3 Иностранный язык, Б1.Д.Б.6 Русский язык и культура речи, Б1.Д.Б.21 Маркетинг в сфере услуг, Б1.Д.Б.22 Музейное дело, Б1.Д.Б.24 Деловые коммуникации, Б1.Д.Б.25 Сервисная деятельность, Б1.Д.Б.26 Событийный менеджмент, Б1.Д.Б.27 Клиентоориентированные продажи, Б1.Д.Б.28 Экскурсоведение, Б1.Д.В.1 Междисциплинарный проект (разработка и продвижение новых услуг в сфере сервиса), Б1.Д.В.7 Профессиональная этика и стандарты обслуживания, Б1.Д.В.18 Региональное ресурсоведение*

Постреквизиты дисциплины: *Б1.Д.В.15 Инновации в сфере гостеприимства и сервиса, Б2.П.В.П.2 Преддипломная практика*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ПК*-10 Способен осуществлять продвижение сервисных продуктов с использованием современных технологий	ПК*-10-В-1 Знает специфику продвижения сервисных продуктов с использованием современных технологий ПК*-10-В-2 Умеет организовывать продвижение сервисных продуктов с использованием современных технологий	**Знать:** - методические подходы организации работы выставочной команды, в том числе в нестандартных ситуациях; - этапы планирования и проведения выставочных мероприятий и особенности работы выставочной команды на каждом из этапов. - упражнения по командообразованию. - основы технологии предоставления выставочных услуг потребителю; - теоретические основы работы стендистов на выставке;

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
		- виды выставочных стендов. **Уметь:** - работать в команде на основе принятых правовых и моральных норм, социальных стандартов; - планировать и организовывать работу выставочного предприятия, включая саму технологию предоставления выставочных услуг; - планировать мероприятия параллельной программы выставки. - проводить оценку конъюнктуры рынка и спроса потребителей выставочных услуг. - планировать выставочное пространство в зависимости от специфики выставки, ее участников и посетителей; - формировать выставочную команду. **Владеть:** - способностью работать в коллективе и команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; - методами и технологиями командной работы; - методами оценки эффективности выставочных мероприятий. - методами и технологиями взаимодействия с участниками и посетителями выставки

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	6 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**108**	**108**
Контактная работа:	**56,25**	**56,25**
Лекции (Л)	28	28
Практические занятия (ПЗ)	28	28
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: *- выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ);* *- подготовка устных докладов;* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий;* *- подготовка к практическим занятиям;* *- подготовка к рубежному контролю).*	**51,75**	**51,75**
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	**диф. зач.**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Ярмарки и выставки: понятия, специфика, классификации	15	4	4		7
2	Коммерческие выставки: функции и роль в маркетинге сервисного предприятия	15	4	4		7
3	Решения и технологии организации выставочного пространства	16	4	4		8
4	Организация мероприятий параллельной программы выставки	15	4	4		7
5	Подготовительный этап участия сервисного предприятия в выставке	16	4	4		8
6	Основной этап участия в выставке. Организация работы стенда	16	4	4		8
7	Послевыставочный этап участия сервисного предприятия в выставке	15	4	4		7
	Итого:	108	28	28		52
	Всего:	108	28	28		52

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел № 1 «Ярмарки и выставки: понятия, специфика, классификации»

Исторические предпосылки появления и развития выставок и ярмарок. Особенности подходов к определению понятия «выставка», специфика коммерческих выставок. Понятия «экспоненты», «экспонаты», «посетители выставки» и др. Классификация выставок: по масштабам, по отраслевой принадлежности, по территориальному признаку, по частоте проведения и др.

Раздел № 2 «Коммерческие выставки: функции и роль в маркетинге сервисного предприятия»

Значение выставки для организаторов, участников и посетителей. Функции коммерческих выставок. Участие сервисных предприятий в выставках как инструмент маркетинговых коммуникаций. Организация участия в выставке: основные этапы и необходимые ресурсы.

Раздел № 3 «Решения и технологии организации выставочного пространства»

Требования к выставочному пространству. Планировка рассадки участников выставки. Оборудование для экспонентов. Функциональные зоны в выставочном пространстве. Навигационные системы на выставке.

Раздел № 4 «Организация мероприятий параллельной программы выставки»

Протокольные, конгрессные, профессиональные, конкурсные, образовательные, развлекательные мероприятия, презентационные программы и специальные проекты. Особенности организации и требования к проведению.

Раздел № 5 «Подготовительный этап участия сервисного предприятия в выставке»

Определение целей и задач участия в выставке. Определение целевых аудиторий. Выбор выставки для участия, определение типа стенда, подписание договора на участие в выставке. Определение необходимого и имеющегося бюджетов для участия в выставке, их согласование. Формирование выставочной команды. Составление плана и графиков работы по блокам «стенд», «персонал», «коммуникации». Разработка сценария мероприятий, в том числе проводимых на стенде сервисного предприятия. Разработка и изготовление стенда. Разработка и изготовление вспомогательных материалов, в том числе сувенирной продукции, раздаточных материалов и пр. Разработка системы обратной связи: сценарии интервью, анкеты, отчётные листы и пр.

Раздел № 6 «Основной этап участия в выставке. Организация работы стенда»

Стендист: задачи, функции и профессиональное мастерство. Организационно-подготовительная и техническая работа стендиста на выставке. Коммерческая работа на стенде. Профессиональные качества стендиста. Проведение и участие в мероприятиях параллельной программы выставки.

Раздел № 7 «Послевыставочный этап участия сервисного предприятия в выставке»

Обработка полученной информации и анализ собранных данных, подведение итогов выставки, организация обратной связи с поставщиками и клиентами. Проведение послевыставочных мероприятий.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1,2	1	Ярмарки и выставки: понятия, специфика, классификации	4
3,4	2	Коммерческие выставки: функции и роль в маркетинге сервисного предприятия	4
5,6	3	Решения и технологии организации выставочного пространства	4
7,8	4	Организация мероприятий параллельной программы выставки	4
9,10	5	Подготовительный этап участия сервисного предприятия в выставке	4
11,12	6	Основной этап участия в выставке. Организация работы стенда	4
13,14	7	Послевыставочный этап участия сервисного предприятия в выставке	4
		Итого:	28

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, 2009 и 2013. - 207 с.

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. 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", 2026.
2. Менеджмент в России и за рубежом: журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2026.
3. Туризм: право и экономика: журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2026.

5.4 Интернет-ресурсы

1 http://www.expocentr.ru - Экспоцентр. Международные выставки и конгрессы.
2. http://www.expoclub.ru - Экспоклуб – международный выставочный портал.
3. http://elibrary.ru/ - Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY.RU.
4. http://www.tourprom.ru - Информационная группа «Турпром».

5. http://www.exponet.ru - Экспонент - профессиональный интернет-портал выставочной индустрии.

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Операционная система РЕД ОС.
2. Пакет офисных приложений «МойОфис Образование»
3. Для работы с ресурсами Интернет - веб-браузер Яндекс https://yandex.ru/..
4. ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2026]. – Режим доступа в сети ОГУ http://garant.net.osu.ru
5. Автоматизированная интерактивная система сетевого тестирования - АИССТ (зарегистрирована в РОСПАТЕНТ, Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2011610456, правообладатель – Оренбургский государственный университет), режим доступа - http://aist.osu.ru.

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.