


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
Связей с общественностью, рекламы и дизайна



Тулупов В.В.
22.05.2023г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.04.02 «Выставочная деятельность»**

1. Шифр и наименование направления подготовки/специальности:

42.03.01. Реклама и связи с общественностью

2. Профиль подготовки/специализация: «Реклама и связи с общественностью в СМИ»

3. Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

4. Форма обучения: Заочная

5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: Рекламы и дизайна

6. Составители программы: Шилова М.А. преп., кандидат филологических наук

7. Рекомендована: НМС 18.05.2023 г. протокол № 8

8. Учебный год: 2026/2027

Семестр(ы): 7

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

познакомить студентов с азами локальной и международной выставочной деятельности;
сформировать представление об алгоритме организации и проведения выставок различного уровня, принципах выбора тематики и условиях участия в выставках;
изучение типов и видов выставочных стендов, принципов формирования экспозиции;

выявление корпоративных целей и задач участия в выставках, изучение приемов повышения эффективности выставок и ярмарок; познакомить с основами витринистики и музейного дела.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП: данная дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части (базовых дисциплин) ООП направления «РиСО» профиля «Реклама в СМИ». Данная дисциплина является последующей относительно дисциплин: «Основы рекламы», «Основы теории коммуникации», «Наружная реклама».

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	ПК-1.1.	Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Знать: теоретические основы выставочно-ярмарочной деятельности, законодательство в данной сфере, технологии изготовления выставочных стендов. Уметь: в соответствии с требованиями законодательства РФ и правилами графического дизайна разрабатывать анонсы и создавать рекламные материалы для выставочных мероприятий. Владеть навыками: изготовления контента для выставок и владение навыками профессионального общения с посетителями выставки (работа стендиста).

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час — 3 ЗЕТ/108 ч.

Форма промежуточной аттестации- экзамен.

13. Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	Всего	По семестрам		
		№ семестра 4	№ семестра	...
Аудиторные занятия		8		
в том числе:		4		
лекции				
практические		4		
лабораторные				
Самостоятельная работа		91		
Форма промежуточной аттестации (зачет – 0 час. / экзамен – ___ час.)		9		
Итого:		108		

13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1. Лабораторные работы		
1	Зарождение выставочно-ярмарочной деятельности	Развитие ярмарочной формы торговли в средневековой Европе и России. Зарождение промышленных выставок в эпоху Петра I. Дореволюционные выставки в России. Первые всемирные выставки.
2	Организация и структура выставочной деятельности	Функции и задачи современных выставок. Выставочные программы. Типы выставок в России. Международные классификации выставок. Материально-техническая база выставочно-ярмарочной деятельности
3	Правовые аспекты	Правовое регулирование выставочно-ярмарочной

	выставочно-ярмарочной деятельности	деятельности. Российское законодательство и международное право.
4	Выставочное оборудование	Виды выставочных стендов и оборудования. Издание официального каталога. Работа стендиста на выставке. Типы посетителей коммерческих выставок и стратегии работы с ними.
5	Витринистика	Витрина как одна из форм экспонирования. Новостные события и витрины легендарных магазинов: от Астрид Бусико до современников.
6	Различные формы экспонирования в маркетинге и искусстве.	Музейное дело: современные особенности. Художественные выставки (биеннале, триеннале), салоны различной направленности. Шоу-румы, дефиле, презентации.
7	Дополнительная программа выставки и бизнес-ритуалы.	Церемония открытия выставки. Режим работы. Организация потоков посетителей. Закрытие выставки и послевыставочный период. Выбор выставочной тематики. Художественное проектирование и оформление выставки. Специальные мероприятия в рамках выставок: мастер-классы, семинары, презентации и др.

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (часов)				
		Лекции и	Практическое	Контроль	Самостоятельная работа	Всего
1	Зарождение выставочно-ярмарочной деятельности	0,5	0,5	1	13	
2	Организация и структура выставочной деятельности	1	1	2	13	
3	Правовые аспекты выставочно-ярмарочной деятельности	0,5	0,5	2	13	

4	Выставочное оборудование	0,5	0,5	1	13	
5	Витринистика	0,5	0,5	1	13	
6	Различные формы экспонирования в маркетинге и искусстве.	0,5	0,5	1	13	
7	Дополнительная программа выставки и бизнес-ритуалы	0,5	0,5	1	13	
	Итого:	4	4	9	91	108

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Необходимо посещение лекций и работа с конспектами лекций, ознакомление с презентационными материалами, выполнение практических заданий, тестов, заданий текущей аттестации и т.д.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Реклама и связи с общественностью: теория и практика : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 030600 -журналистика (профиль "Реклама и паблик рилейшнз")] / [Е.В. Маслова и др.] ; Воронеж. гос. ун-т .— Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015 .— 370, [1] с. — Библиогр. в конце гл. — ISBN 978-5-9273-2223-7.
2	Основы выставочно-ярмарочной деятельности : учебное пособие / Л. Е. Стровский, Е. Д. Фролова, Д. Л. Стровский [и др.] ; ред. Л. Е. Стровский. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 289 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684546 Библиогр. в кн. – ISBN 5-238-00821-X. – Текст : электронный.
3	Петелин, В. Г. Основы менеджмента выставочной деятельности : учебник / В. Г. Петелин. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 448 с. – Режим доступа: по

	подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684721 Библиогр. в кн. – ISBN 5-238-00935-6. – Текст : электронный.
--	--

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
4	Гусев Эдуард Борисович. Выставочная деятельность в России и за рубежом : учебно-методическое пособие / Э.Б. Гусев, В.А. Прокудин, А.Г. Салащенко ; Рос. экон. акад. им. Г. В. Плеханова; под ред. Н.П. Лаверова .— М. : Дашков и Ко, 2005 .— 516 с. — Библиогр.: с. 506-509 .— ISBN 5-94798-383-4.
5	Выставка: какой ей быть? Многообразие тем, разнообразие форм / [сост. Т.Е. Наместникова] .— М. : Либерейя-Бибинформ, 2011 .— 159 с. — (Библиотекарь и время. XXI век : 100+100 выпусков ; вып. 134) .— Библиогр.: с. 157-158 .— ISBN 978-5-8167-0042-9.
6	Всемирная Парижская выставка 1900 года в иллюстрациях и описаниях / сост. М. А. Орлов. – Санкт-Петербург : Типография братьев Пантелеевых, 1900. – 217 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=601472 Текст : электронный.
7	Всероссийская художественно-промышленная выставка в Москве 1882 года / ред. Г. Д. Гоппе. – Санкт-Петербург : Тип. Эдуарда Гоппе, 1882. – 252 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=111134 . – Текст : электронный.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

№ п/п	Источник
6	ЭБС Университетская библиотека online. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/
7	ЭБС Лань. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/
8	Электронная библиотека ЗНБ ВГУ. – Режим доступа: https://lib.vsu.ru/
9	Сайт Экспоцентра : http://www.expoentr.ru
10	Портал витринистика: http://vitrinistika.ru
11	ЭБС Консультант студента – Режим доступа: https://studentlibrary.ru/

* Вначале указываются ЭБС, с которыми имеются договора у ВГУ, затем открытые электронно-образовательные ресурсы

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы (учебно-методические рекомендации, пособия, задачки, методические указания по выполнению практических (контрольных) работ и др.)

№ п/п	Источник
1	<i>Реклама и связи с общественностью: Теория и практика/ под ред. Тулупова В.В. – Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2015. – С.249-260.</i>
2	Коммуникационный проект (творческая ВКР) : учебно-методическое пособие / под ред. Е.Б. Кургановой, Е.Е. Топильской, Л.С. Щукиной, А.А. Давтян. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2016. – 58 с.

17. Информационные технологии, используемые для реализации учебной дисциплины, включая программное обеспечение и информационно- справочные системы

При реализации учебной дисциплины используются различные образовательные технологии, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ), электронное обучение (ЭО), смешанное обучение, такие как: различные типы лекций (вводная, обзорная и т.д.), семинарские занятия (проблемные, дискуссионные и т.д.), применяются дистанционные образовательные технологии в части освоения лекционного и практического материала, проведения текущей аттестации, самостоятельной работы по дисциплине или отдельным ее разделам и т.д.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; переносной ноутбук 15*Packard Bell.

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы: ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор BenQ MX511; экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.);

ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb)(10 шт.); экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean.

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.	Все разделы дисциплины (лекции) 1.1.- 1.7.	ПК-1	ПК-1.1	Контрольная работа (тестовое задание №1), сообщение/доклад/презентация
Промежуточная аттестация форма контроля - экзамен				<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные определения понятий «выставка», «ярмарка», «салон», «экспозиция». 2. Типы и виды выставок. 3. Правовое регулирование выставочной деятельности. 4. Особенности организации и проведения выставок. 5. Дополнительные мероприятия на выставках: мастер-классы, презентации, семинары и т.д. 6. Работа стендиста. 7. Выставки в сфере искусства. Художественные биеннале, триеннале. 8. Различные формы экспонирования: презентация, дефиле, шоу-рум и др. 9. Особенности музейной

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
				<p>экспозиции.</p> <p>10. Залы славы.</p> <p>11. История зарождения выставок в средневековой Европе и России.</p> <p>12. Первые международные выставки.</p> <p>13. Павильон «Махорка».</p> <p>14. Витринные экспозиции.</p> <p>15. Бизнес-ритуалы на выставках.</p>

20 Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

20.1 Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: тестовые задания, сообщение/доклад/презентация.

Комплект заданий для тестирования №1

Задание 1. В чем состоит отличие понятий «выставка» и «ярмарка»?

а) Ни исторических, ни этимологических, ни юридических отличий нет. Выставки/ярмарки – это мероприятия, на которых демонстрируются и получают распространение товары, услуги и (или) информация и которое проходит в четко установленные сроки и с определенной периодичностью.

б) Отличия состоят в том, что ярмарки (польск. *jarmark* от ср.-в.-нем. *Jahrmarkt* — ежегодный рынок) — это рыночные мероприятия (торжища), регулярно, периодически организуемые в традиционно определённом месте. А выставки – это формы публичного представления (экспонирования) достижений, товаров, услуг, начинаний из различных областей производства и общественной жизни.

в) Отличия состоят в том, что ярмарки- это мероприятия, имеющие рыночную направленность, а выставки имеют отношение к сфере искусства и культуры.

Задание 2. Кто или что такое экспонент?

- а) Это - зарегистрированное в соответствии с законодательством РФ юридическое лицо, являющееся организатором выставочного мероприятия и предоставляющее за плату или на иных условиях выставочную площадь участникам выставки.
- б) Это - зарегистрированная в соответствии с законодательством РФ организация, основным видом деятельности которой является подготовка и проведение выставочных мероприятий как на территории РФ, так и за рубежом.
- в) Это - физическое или юридическое лицо, использующее за плату или на иных условиях выставочную площадь от выставочного организатора в целях демонстрации своей продукции, работ, услуг в ходе проведения выставочного мероприятия.
- г) Это – ключевой фрагмент выставочной экспозиции, который является композиционным центром.

Задание 3. Что можно отнести к общим (универсальным) целям участия в выставке по С.Н. Бердышеву? (возможно несколько правильных вариантов ответов)

- а) увеличение объемов продаж;
- б) изучение общей конъюнктуры отрасли;
- в) контроль конкурентоспособности предприятия;
- г) развитие дистрибьютерских сетей и контроль их эффективности.

Задание 4. Какие нормативно-правовые акты и документы еще или уже не регулируют выставочно- ярмарочную деятельность в России?

- а) Конвенция о международных выставках (г. Париж);
- б) Соглашение о развитии выставочно-ярмарочной деятельности в Содружестве Независимых Государств;
- г) ФЗ «О выставочно- ярмарочной и конгрессной деятельности».
- г) ГОСТ «Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения».

Задание 5. Что такое конгрессная деятельность в маркетинге?

- а) Это предпринимательская деятельность, направленная на создание благоприятных условий для персонифицированного обмена информацией, деловых и научных контактов с целью установления и развития отношений между изготовителями товаров, поставщиками услуг и потребителями товаров и услуг, осуществляемая в процессе

организации и проведения конгрессных мероприятий;

б) Это организация большого съезда, собрания, как правило, по политико-экономическим вопросам международного значения.

в) Это деятельность парламентариев в США и ряде европейских стран, связанная с деловыми поездками и командировками.

г) Это деятельность по организации делового туризма и проведения инсентив-мероприятий.

Задание 6. В каком году и где прошла первая Всемирная промышленная выставка?

а) 1855 г. Париж (Франция),

б) 1829 г. Санкт-Петербург (Россия),

в) 1851 г. Лондон (Англия),

г) 1818 г. Мюнхен (Германия).

Задание 7. Кто является автором известного выставочного павильона «Махорка» (павильон Всероссийского махорочного синдиката), представленного на первой Всероссийской сельскохозяйственной и кустарно-промышленной выставке 1923 г.?

а) А.В. Щусев;

б) И.В. Жолтовский;

в) А.В. Кузнецов;

г) К.С. Мельников.

Задание 8. Какие виды витрин можно выделить по оформлению?

а) сюжетные, товарные, товарно-сюжетные;

б) абстрактные, товарные, акционные;

в) стеклянные, закрытые, закрыто-открытые;

г) с использованием манекенов, с использованием товаров, плакатные.

Задание 9. Какие формы участия в выставке существуют? (возможно несколько правильных вариантов ответа)

а) экспонент, посетитель;

б) спонсор, бизнес-консультант;

в) модератор, аудитор;

г) организатор, обозреватель СМИ.

Задание 10. Какие виды специальных мероприятий используются в процессе организации и проведения выставки (возможно несколько вариантов правильных ответов)?

- а) презентации.
- б) пресс-конференция,
- в) церемония открытия выставки,
- г) тимбилдинговые мероприятия.

Ключ:

Задание 1.б)

Задание 2.в)

Задание 3а,б,в)

Задание 4.г)

Задание 5.а)

Задание 6. в)

Задание 7.г)

Задание 8.а)

Задание 9. а, б, г).

Задание 10.а,б,в

20.2 Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: собеседование по билетам к экзамену в сочетании с докладом/ презентацией.

Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации - экзамен

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Обучающийся в полной мере владеет понятийным аппаратом выставочно-ярмарочной деятельности (теоретическими основами дисциплины), способен	Повышенный уровень	Отлично

<p>иллюстрировать ответ примерами из российской и зарубежной практики, владеет фактами, данными научных исследований; умеет связывать теорию с практикой, применять теоретические знания для решения практических задач в области экспонирования.</p>		
<p>Обучающийся владеет понятийным аппаратом выставочно-ярмарочной деятельности (теоретическими основами дисциплины), способен связывать теорию с практикой, но допускает ошибки при изложении фактического материала, допускает терминологические неточности, не всегда способен проиллюстрировать ответ примерами из практики и применить знания для решения практических задач.</p>	<p>Базовый уровень</p>	<p>Хорошо</p>
<p>Обучающийся владеет частично теоретическими основами выставочной деятельности, фрагментарно способен воспроизводить фактический материал и примеры иллюстрирующие теорию, не умеет применять теоретические знания на практике.</p>	<p>Пороговый уровень</p>	<p>Удовлетворительно</p>
<p>Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует любым трем из перечисленных показателей. Обучающийся демонстрирует отрывочные, фрагментарные знания, допускает грубые ошибки, не способен самостоятельно приводить примеры и применять полученные знания на практике.</p>	<p>–</p>	<p>Неудовлетворительно</p>