

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

**УТВЕРЖДАЮ**



Заведующий кафедрой  
*Рекламы и дизайна*  
Тулупов В.В.  
*подпись, расшифровка подписи*  
29.06.2018 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Б1.В.ДВ.02.02 «Выставочная деятельность»**

1. Шифр и наименование направления подготовки/специальности:  
42.03.01. Реклама и связи с общественностью
2. Профиль подготовки/специализация: «Реклама в СМИ»
3. Квалификация (степень) выпускника: бакалавр
4. Форма обучения: очная
5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: Рекламы и дизайна
6. Составители программы: Шилова М.А. преп., кандидат филологических наук
7. Рекомендована: НМС 30.05.2018 г. протокол № 8
8. Учебный год: 2019/2020 Семестр(ы): 5

**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):**

| Компетенция |   | Планируемые результаты обучения  |
|-------------|---|--|
| Код         | Название  |  |
| ПК-14       | способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности | <p>знать: теоретические основы выставочно-ярмарочной деятельности, законодательство в данной сфере, технологии изготовления выставочных стендов.</p> <p>уметь: в соответствии с требованиями законодательства РФ и правилами графического дизайна разрабатывать анонсы и создавать рекламную и сувенирную продукцию для выставочных мероприятий.</p> <p>владеть навыками: изготовления контента для выставок и владение навыками профессионального общения с посетителями выставки (работа стендиста).</p>   |
| ПК-15       | владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве       | <p>знать: теоретические основы выставочно-ярмарочной деятельности, законодательство в данной сфере, технологии изготовления выставочных стендов и процедуру оформления заявки на участие в выставке.</p> <p>уметь: в соответствии с требованиями законодательства РФ и правилами графического дизайна разрабатывать анонсы и создавать рекламную и сувенирную продукцию для выставочных мероприятий.</p> <p>владеть навыками: планирования выставочной деятельности, изготовления контента и владение навыками профессионального общения с посетителями выставки (работа стендиста).</p> |

**12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час.** (в соответствии с учебным планом) —

2 ЗЕТ/72 ч.

**Форма промежуточной аттестации** (зачет/экзамен) зачет.

**13. Виды учебной работы**

| Вид учебной работы | Трудоемкость |              |            |     |
|--------------------|--------------|--------------|------------|-----|
|                    | Всего        | По семестрам |            |     |
|                    |              | № семестра 5 | № семестра | ... |
| Аудиторные занятия |              | 32           |            |     |
| в том числе:       |              |              |            |     |
| лекции             |              |              |            |     |
| практические       |              |              |            |     |

|  |  |    |  |  |
|--|--|----|--|--|
| лабораторные   |  | 32 |  |  |
| Самостоятельная работа   |  | 40 |  |  |
| Форма промежуточной аттестации<br>(зачет – 0 час. / экзамен – __ час.) |  |    |  |  |
| Итого:   |  | 72 |  |  |

### 13.1. Содержание дисциплины

| п/п                           | Наименование раздела дисциплины                          | Содержание раздела дисциплины   |
|-------------------------------|--|---|
| <b>1. Лабораторные работы</b> |  |   |
| 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 выставочно-ярмарочной деятельности      | Правовое регулирование выставочно-ярмарочной 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               | Практические | Лабораторные | Самостоятельная работа | Всего |
| 1     | Зарождение выставочно-ярмарочной деятельности    |                      |              | 6            | 6                      |       |
| 2     | Организация и структура выставочной деятельности |                      |              | 8            | 6                      |       |

|   |  |  |  |    |    |    |
|---|--|--|--|----|----|----|
| 3 | Правовые аспекты выставочно-ярмарочной деятельности      |  |  | 4  | 4  |    |
| 4 | Выставочное оборудование                                 |  |  | 4  | 4  |    |
| 5 | Витринистика   |  |  | 6  | 5  |    |
| 6 | Различные формы экспонирования в маркетинге и искусстве. |  |  | 6  | 5  |    |
| 7 | Дополнительная программа выставки и бизнес-ритуалы       |  |  | 4  | 8  |    |
|   | Итого:   |  |  | 32 | 40 | 72 |

#### 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: учеб пособие для студентов вузов/ под ред. В.В. Тулупова.- Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2015.—372 с. |

##### б) дополнительная литература:

| № п/п | Источник   |
|-------|--|
| 2     | 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. |
| 3     | Планирование и организация выставки: (Методические рекомендации) / МЦПТ МГТУ им. Н.Э. Баумана; Под общ. ред. Е.П. Ильясова .— М., 2002 .— 35 с.  |
| 4     | Выставка: какой ей быть? Многообразие тем, разнообразие форм / [сост. Т.Е. Наместникова] .— М. : Либерей-Бибинформ, 2011 .— 159 с. — (Библиотекарь и время. XXI век : 100+100 выпусков ; вып. 134) .— Библиогр.: с. 157-158 .— ISBN 978-5-8167-0042-9.   |
| 5     | Петелин, В.Г. Стендист торгово-промышленной выставки : Секреты мастерства / В.Г. Петелин .— М. : Ось-89, 2000 .— 175 с. : ил .— Библиогр.:с.173-174 .— ISBN 5-86894-369-4.   |

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

| № п/п | Ресурс  |
|-------|---|
| 1.    | ЭБС «Лань»  |
| 2.    | <a href="http://www.expoctr.ru">http://www.expoctr.ru</a> |

\* 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 необходимости)**

Microsoft Office — офисный пакет приложений от корпорации Microsoft для операционных систем Microsoft Windows, Windows Phone, Android, OS X, iOS. В состав этого пакета входит программное обеспечение для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных и др.

**18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:**

типовое оборудование аудитории, проектор, экран, ноутбук и др.

**19. Фонд оценочных средств:**

**19.1. Перечень компетенций с указанием этапов формирования и планируемых результатов обучения**

| Код и содержание компетенции   | Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции посредством формирования знаний, умений, навыков) | Этапы формирования компетенции (разделы (темы) дисциплины или модуля и их наименование)  | ФОС (средства оценивания) |
|--|--|--|---------------------------|
| способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14); | Знать теоретические основы выставочно-ярмарочной деятельности, законодательство в данной сфере, технологии изготовления выставочных стендов.   | 1 Зарождение выставочно-ярмарочной деятельности<br>2 Организация и структура выставочной деятельности<br>3 Правовые аспекты выставочно-ярмарочной деятельности<br>4 Выставочное оборудование<br>5 Витринистика | Тест №1                   |

|   |   |   |                      |
|---|---|---|----------------------|
|   |   | <p>6 Различные формы экспонирования в маркетинге и искусстве.</p> <p>7 Дополнительная программа выставки и бизнес-ритуалы.</p>  |                      |
|   | <p>уметь: в соответствии с требованиями законодательства РФ и правилами графического дизайна разрабатывать анонсы и создавать рекламную и сувенирную продукцию для выставочных мероприятий.</p> <p>владеть навыками: изготовления контента для выставок и владение навыками профессионального общения с посетителями выставки (работа стендиста).</p> |   | Ситуационное задание |
| <p>владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15).</p> | <p>Знать: теоретические основы выставочно-ярмарочной деятельности, законодательство в данной сфере, технологии изготовления выставочных стендов и процедуру оформления заявки на участие в выставке.</p>  | <p>2 Организация и структура выставочной деятельности</p> <p>3 Правовые аспекты выставочно-ярмарочной деятельности</p> <p>4 Выставочное оборудование</p> <p>5 Витринистика</p> <p>7 Дополнительная программа выставки и бизнес-ритуалы.</p> | Курсовая работа      |
|   | <p>уметь: в соответствии с требованиями законодательства РФ и правилами графического дизайна разрабатывать анонсы и создавать рекламную и</p>   |   | Ситуационное задание |

|  |  |  |              |
|--|--|--|--------------|
|  | сувенирную продукцию для выставочных мероприятий. владеть навыками: планирования выставочной деятельности, изготовления контента и владение навыками профессионального общения с посетителями выставки (работа стендиста). |  |              |
|  | <b>Промежуточная аттестация 1 Зачет</b>  |  | Комплект КИМ |

\* В графе «ФОС» в обязательном порядке перечисляются оценочные средства текущей и промежуточной аттестаций.

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

Для оценивания результатов обучения на зачете используется – зачтено, не зачтено  
Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

| Критерии оценивания компетенций   | Уровень сформированности компетенций | Шкала оценок     |
|---|--------------------------------------|------------------|
| <i>Обучающийся в полной мере владеет понятийным аппаратом выставочно- ярмарочной деятельности (теоретическими основами дисциплины), способен 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.</i> | <i>Повышенный уровень</i>            | <i>Зачтено</i>   |
| <i>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.</i>           | <i>Базовый уровень</i>               | <i>Зачтено</i>   |
| <i>Обучающийся владеет частично теоретическими основами выставочной деятельности, фрагментарно способен воспроизводить фактический материал и примеры иллюстрирующие теорию, не умеет применять теоретические знания на практике.</i>   | <i>Пороговый уровень</i>             | <i>Зачтено</i>   |
| <i>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</i>  | <i>–</i>                             | <i>Незачтено</i> |

19.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

### 19.3.1 Перечень вопросов к зачету:

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 экспозиции.
10. Залы славы.
11. История зарождения выставок в средневековой Европе и России.
12. Первые международные выставки.
13. Павильон «Махорка».
14. Витринные экспозиции.
15. Бизнес-ритуалы на выставках.

### 19.3.2 Перечень практических заданий

### 19.3.4 Тестовые задания

## 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;
- в) 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

#### 19.3.4 Перечень заданий для контрольных работ

#### 19.3.5 Темы курсовых работ:

1. Разработка макета наружной рекламы для факультета журналистики ВГУ.
2. Семиотический анализ наружной рекламы на улицах г. Воронежа (например, на ул. Московский проспект).
3. Разработка нестандартной наружной рекламы для факультета журналистики ВГУ.
4. Разработка социальной наружной рекламы по общественно-важной проблеме.
5. Нарушения Российского законодательства о рекламе в сфере наружной рекламы (на базе актуальных примеров, найденных студентом).
6. Праздничное оформление улиц и наружная реклама (на базе местных событий и праздников г. Воронежа).
7. Сезонность в наружной рекламе.
8. Этические аспекты наружной рекламы.

#### 19.3.6 Темы рефератов:

1. Виды наружной рекламы (на примере ...).
2. Встраивание наружной рекламы в архитектурный облик города (на примере...).
3. Особенности современной транзитной рекламы ( на примере....).
- 4 Out of home (ООН) ad и Indoor- реклама (на примере...).
- 5.Витринистика: особенности оформления витрин и стимулирования сбыта (на примере...).
6. История российской / зарубежной наружной рекламы.
7. Оформление входных групп и фирменный стиль (на примере...).

#### **19.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестаций.

Текущая аттестация проводится в соответствии с П ВГУ 2.1.04 - 2015 Положение о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета

Текущая аттестация проводится в форме Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии П ВГУ 2.1.07 - 2015 Положение о проведении промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования..

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний и практические задания, позволяющие оценить степень сформированности умений и(или) навыков студента.

При оценивании используются качественные шкалы оценок. Критерии оценивания приведены выше.