

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

Кафедра экономической теории и экономики АПК

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

**по организации самостоятельной работы студентов
по дисциплине «Выставочная деятельность»**

**Направление 38.03.06 – Торговое дело
профиль «Коммерция»**

Ставрополь 2020

УДК 339.13 (076)
ББК 65.290-2 я73
М 25

Рекомендовано учебно-методической
комиссией экономического факультета
ФГБОУ ВПО «Ставропольский
государственный аграрный университет»
Протокол № 1 от 1 сентября 2020 года

Авторский коллектив:

кандидат экон. наук ***Ю. В. Рыбасова;***
кандидат экон. наук, доцент ***О. А. Чередниченко***

Рецензент:

доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента и управленческих технологий ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»
Байдаков А.Н.

Методические указания для организации самостоятельной работы студентов по дисциплине «Выставочная деятельность» направления подготовки 38.03.06 – Торговое дело профиль «Коммерция» / О. А. Чередниченко, Ю. В. Рыбасова. – Ставрополь, 2020. – 14 с.

Методические указания составлены в соответствии с программой дисциплины «Выставочная деятельность» и предназначены для эффективного освоения курса и организации самостоятельной работы студентов.

УДК 339.13 (076)
ББК 65.290-2 я73

1. Структура и содержание дисциплины

№ п/п	Разделы дисциплины и темы занятий	Количество часов				Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Коды формируемых компетенций
		Всего	Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа		
1.	История возникновения, становления и развития выставок в России	9	2	2	2	Собеседование, тестирование	ПК-3 ПК-7
2.	Основные понятия и нормативно-правовая база выставочно-ярмарочной деятельности	9	2	2	2	Собеседование, тестирование	ПК-11
3.	Классификация выставочно-ярмарочных мероприятий	11	2	2	2	Собеседование, решение практико-ориентированных заданий	ПК-3 ПК-7
	Контрольная точка № 1 по темам 1-3	6	-	1	4	Контрольная работа	ПК-3 ПК-7 ПК-11
4.	Выставочная деятельность в маркетинговой системе предприятия	11	2	1	4	Тестирование, решение практико-ориентированных и ситуационных задач	ПК-3 ПК-11
5.	Организация участия в выставочной деятельности	11	2	2	2	Собеседование, тестирование	ПК-3
6.	Экономические аспекты выставочной деятельности	11	2	2	2	Тестирование, решение практико-ориентированных задач, решение кейсов	ПК-3 ПК-11
	Контрольная точка № 2 по темам 4-6	6	-	1	4	Контрольная работа	ПК-3 ПК-7 ПК-11
7.	Выставочная площадка: выбор и оформление стенда, экспонаты	10	2	2	4	Тестирование, решение практико-ориентированных задач	ПК-3 ПК-11
8.	Организация работы персонала на выставке	8	2	1	2	Собеседование, тестирование,	ПК-11
9.	Анализ результатов участия в выставке	10	2	1	4	Собеседование, защита проектов	ПК-3 ПК-11
	Контрольная точка № 3 по темам 7-9	6	-	1	4	Контрольная работа	ПК-3 ПК-7 ПК-11
	Промежуточная аттестация					Зачет	ПК-3 ПК-7 ПК-11
	ВСЕГО:	72	18	18	36	-	-

Самостоятельная работа – это деятельность студента, которая осуществляется по заданию преподавателя или по собственному желанию, направленная на закрепление, расширение и углубление получаемых знаний, навыков и умений, а также на усвоение нового материала без посторонней помощи.

Студенты самостоятельно работают в течение всего времени, на всех видах занятий и в часы, отводимые на самостоятельную работу, предусмотренные учебным планом.

Самостоятельная работа в рамках курса «Выставочная деятельность» включает в себя следующие формы:

- изучение лекционного материала по учебным пособиям, учебникам и конспектам лекций;
- изучение рекомендованной литературы; нормативных документов, материалов периодической печати;
- выполнение реферата;
- подготовку и обсуждение сообщений и докладов на занятиях;
- подготовка к контрольным точкам;
- подготовку к зачету.

Для самостоятельных занятий выделены вопросы, по которым следует углубленно проработать литературу, проанализировать весь материал курса и, опираясь на приобретенные знания, выполнить реферат.

Реферат — теоретическая работа студента, в которой излагаются различные точки зрения (в том числе и критические) на рассматриваемую проблему. Реферат может не включать собственных аналитических и практических исследований студента, но наличие обобщений и выводов по рассматриваемой проблеме является обязательным.

Оформление реферата осуществляется в строгом соответствии с требованиями высшей школы на отдельных листах формата А4, которые брошюруются под титульным листом.

Текст должен быть набран на компьютере в текстовом редакторе WORD. Текст оформляется: шрифт- Times New Roman (или близкий к нему); размер шрифта - 14; межстрочный интервал – 1,5. Абзацный отступ должен быть одинаковым и равен 1,25. Заголовки отделяют от текста сверху и снизу двумя межстрочными интервалами. Название заголовка оформляется обычным шрифтом.

Страницы должны иметь поля:

левое поле листа - 30 мм;

правое поле листа - 10 мм;

верхнее поле листа - 20 мм;

нижнее поле листа - 20 мм;

Тематика рефератов:

1. Истоки искусства экспонирования и зарождение выставочного дела.
2. Первые художественные и промышленные выставки в Англии конца 18 в.
3. Национальные выставки во Франции (конец 18-первая половина 19 вв.).
4. Всемирные выставки.
5. Истоки искусства экспонирования и зарождение выставочного дела в России.
6. Первая национальная выставка в России в 1829 г.
7. Сельскохозяйственные, художественно-промышленные, этнографические выставки 19 века.
8. Выставочная деятельность в СССР (1918-1991).
9. Научная концепция выставки (бриф, план-проспект).
10. Тематическая структура выставки.
11. Архитектурно-художественное проектирование выставки.
12. Планировка здания и разработка экспозиционного маршрута.
13. Техно-рабочее проектирование.
14. Искусство экспонирования и развития направлений его использования.

15. Судьба выставок и ярмарок в России.
16. Важнейшие функции и задачи выставок в современном обществе.
17. Принципы стратегии работы с посетителями торговой выставки.
18. Особенности рекламной и коммерческой работы студента на выставке.
19. Особенности выставочных коммуникаций.
20. Роль и место PR в выставочной деятельности фирмы.
21. Технология подготовки современной арт-выставки.
22. Художественное проектирование и оформление выставки.
23. Современные требования к организации работы выставки.
24. Организация работ в послевыставочный период.
25. Основные задачи и функции стендиста на выставке.
26. Понятие и элементы выставочного менеджмента.
27. Современный международный рынок выставочных услуг.
28. Особенности организации и значение выставочно-ярмарочной деятельности в странах и регионах мира.
29. Анализ выставочно-ярмарочной деятельности в России.
30. Координация выставочной деятельности.
31. Организация, экономика и финансы выставочной деятельности.
32. Эскизный проект выставки. Типы выставочных стендов и оборудования.
33. Анализ и оценка результатов работы на выставке.
34. Послевыставочная деятельность.

Объем часов, отводимый учебным планом для самостоятельной работы студента, составляет 36 часов.

Вопросы для самостоятельного изучения по дисциплине

«Введение в специальность»

1. Качественная и количественная характеристика выставочной деятельности в мире.
 2. Ключевые проблемы развития выставочной деятельности в России.
 3. Основные тенденции выставочной деятельности и их влияние на финансовые рынки стран с переходной экономикой.
 4. Организация выставочного пространства.
 5. Выставка: определение, функции, классификация.
 - 21
 6. Проектирование выставки.
 7. Основные виды выставок.
 8. Виды современных презентаций.
 9. Обеспечение безопасности экспонатов и посетителей.
 10. Научное проектирование выставки.
 11. Художественное проектирование выставки и презентации.
 12. Организация рекламы выставки и презентации.
 13. Дипломатия выставочного бизнеса.
 14. Специфика подготовки и работы выставки за рубежом.
 15. Перспективное планирование выставочного дела.
- Темы контрольной работы № 2.
16. Административная работа на выставке.
 17. Текущее планирование выставочного дела.
 18. Содержание предвыставочной работы.
 19. Подготовка каталогов.
 20. Оценка результатов работы выставки или презентации.
 21. Организация региональных выставок.
 22. Организация международных выставок.
 23. Электроэнергия, освещение и связь на выставке.
 24. Специфика работы дизайнера по организации выставки или

презентации.

25. Монтаж и разборка выставки.

26. Организация международной выставки.

27. Стенд на выставке.

28. Разработка мультимедийной презентации.

29. Авторские права выставочных экспонатов.

30. Бюджет и смета расходов выставки и презентации.

Образовательные технологии

Активные и интерактивные формы проведения лекционных занятий по дисциплине «Выставочная деятельность» включают в себя выполнение студентами творческих заданий (подготовка рефератов), проведение диалогов (вопрос от преподавателя к студенту, от студента к преподавателю), обсуждение конкретных практических ситуаций (кейс-метод), групповая работа с иллюстративным материалом.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Изучение дисциплины «Выставочная деятельность» и определение уровня освоения программы предполагает следующие формы контроля :

- посещения студентом лекционных занятий;
- активная работа на лекционных занятиях;
- изучение дополнительной литературы по темам курса.

Промежуточная аттестация выставляется количеством набранных баллов по текущему рейтингу.

Формой итогового контроля является зачет по темам дисциплины.

Примерный перечень вопросов к зачету

1. История выставочной деятельности в России.
2. Современная концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации.
3. Общая характеристика выставочной деятельности.
4. Основные определения выставочной деятельности.
5. Форма и содержание выставочно-ярмарочных мероприятий.
6. Классификация выставок и ярмарок по различным основаниям.
7. Роль Торгово-промышленной палаты Российской Федерации в координации выставочной деятельности.
8. Критерии успеха выставки и планирование методов их достижения.
9. Особенности организации выставок различного уровня.
10. Выставки произведений искусств из коллекций музеев, не предназначенных для продажи.
11. Тематические узкоспециализированные выставки.
12. Общеотраслевые выставки.
13. Выставки, организуемые в учреждении культуры.
14. Специфика подготовки и работы на зарубежных выставках.
15. Классификация международных выставок.
16. Основные выставочные организации мира, СНГ, России.
17. Сущность и особенности выставочного планирования.
18. Организационная структура управления выставкой.
19. Этапы планирования организационного процесса.
20. Организационный процесс выставки.
21. Организация рекламы выставки.
22. Авторские права выставочных экспонатов.
23. Бюджет, смета расходов выставки.
24. Подбор и обучение персонала выставки.
25. Классификация выставочного оборудования.
26. Выставочные стенды.

27. Проектирование и способы изготовления экспонатов и выставочного оборудования.
28. Организация экспозиции выставки.
29. Содержательное и художественное оформление экспозиции.
30. Стенд как место торговли.
31. Административная работа на выставке.
32. Оценка результатов работы выставки.
33. Освещение итогов выставки в средствах массовой информации.

Список рекомендуемых информационных источников

Основная литература:

1. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Акулич И. Л. Маркетинг. Учебник / И. Л. Акулич. - Минск: Вышэйшая школа, 2017. - 526 с.
2. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Годин, А. М. Маркетинг. Учебник / А. М. Годин. - М.: Дашков и Ко, 2018. - 656 с.
3. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Нуралиев, С. У. Маркетинг. Учебник для бакалавров / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 362 с.
4. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Минько Э. В., Карпова Н. В. Маркетинг. Учебное пособие / Э. В. Минько, Н. В. Карпова. - М.: Юнити-Дана, 2017. - 352 с.
5. Романов А. А., Басенко В. П., Жуков Б. М. Маркетинг. Учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - М.: Дашков и Ко, 2018. - 440 с.
6. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Сейфуллаева М. Э., Симагина С. Т., Соскин Я. Г., Максютин М. В., Медведева Т. А. Маркетинг. Учебное пособие / М. Э. Сейфуллаева, С. Т. Симагина, Я. Г. Соскин, М. В. Максютин, Т. А. Медведева. - М.: Юнити-Дана, 2019. - 256 с.

7. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Цахаев Р. К., Муртузалиева Т. В. Маркетинг. Учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 550 с.

8. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Щегорцов В. А., Таран В. А. Маркетинг. Учебник / В. А. Щегорцов, В. А. Таран. - М.: Юнити-Дана, 2019. - 448 с.

Дополнительная литература:

1. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Беляев, В. И. Маркетинг: основы теории и практики : электр. учебник, презентации (анимация, звук), подробные тренировочные тесты, контрольные тесты, словарь терминов, персоналии / В. И. Беляев. - Электрон. дан. (695 МБ). - М. : КНОРУС, 2018. - (Электронный учебник)

2. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Васильев Г. А., Гайдаенко Т. А. Маркетинг. Учебное пособие / Г. А. Васильев, Т. А. Гайдаенко. - М.: Юнити-Дана, 2019. - 239 с.

3. Ключач, В. А. Маркетинг в агропромышленном комплексе : учебник для студентов вузов по специальности 080502.65 «Экономика и упр. на предприятии АПК» / В. А. Ключач, Д. А. Логинов ; В. А. Ключач, Д. А. Логинов. - М. : Колос, 2018. - 483 с.

4. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Коротков А. В. Маркетинговые исследования. Учебное пособие / А. В. Коротков. - М.: Юнити-Дана, 2017. - 304 с.

5. Лазарева, Н. В. Маркетинг. Практикум : учеб.-метод. пособие / Н. В. Лазарева, С. В. Аливанова, Л. В. Семенова ; Северо-Кавказ. гос. техн. ун-т. - Ставрополь : СевКавГТУ, 2009. - 93 с.

6. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. Учебник / М.: Дашков и Ко, 2018. - 446 с.

7. Маркетинг : учеб.-метод. пособие для студентов специальности 080504.65 - Гос. и муницип. упр. / сост. С. В. Аливанова, В. В. Куренная ; СтГАУ. - Ставрополь : Фабула, 2018. - 36 с.

8. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Морозов Ю. В. Основы маркетинга. Учебное пособие / Ю. В. Морозов. - М.: Дашков и Ко, 2019. - 148 с.

9. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Сорокин О. М. Маркетинг на предприятии: роль и особенности / О. М. Сорокин. - М.: Лаборатория книги, 2019. - 86 с.

10. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Управление маркетингом. Учебное пособие / М.: Юнити-Дана, 2018. - 464 с.

11. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг. Учебное пособие / Ф. И. Шарков. - М.: Дашков и Ко, 2016. - 324 с.

Интернет-ресурсы

1. Правительство РФ – <http://government.ru>
2. Федеральная служба государственной статистики – www.gks.ru
3. Министерство экономического развития РФ – www.economy.gov.ru
4. Министерство финансов Российской Федерации – www.minfin.ru
5. Федеральная налоговая служба – www.nalog.ru
6. Высшая Школа Экономики (Государственный Университет) - <http://www.hse.ru>
7. АКДИ Экономика и жизнь – www.akdi.ru
8. Журнал «Практический маркетинг» - www.bci-marketing.ru/index.php
9. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования в России» - www.mmr.ru/
10. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» - www.mavriz.ru/

11. Журнал «Вопросы экономики» - <http://www.vopreco.ru/>
12. Журнал «Новый маркетинг» – www.marketing.web-standart.net
13. Журнал «Инновации» – www.mag.innov.ru
14. Журнал «Новая экономика» – www.neweconomics.ru
15. Инновации и предпринимательство – www.innovbusiness.ru
16. Инновационный портал «Качество 21 век» – www.quality21.ru
17. Корпоративный менеджмент – www.cfin.ru
18. Креативная экономика – www.creativeconomy.ru
19. РосБизнесКонсалтинг – www.rbc.ru
20. Развитие бизнеса – www.devbusiness.ru
21. Российское агентство поддержки малого и среднего бизнеса – www.siora.ru
22. Управленческий консалтинг – www.m-consult.narod.ru
23. Фонд экономических исследований «Новая экономика» – <http://neweco.ru>
24. Экономический портал – <http://institutiones.com>
25. Business Process Management Initiative – www.bpmi.org
26. Enterprise Innovation – www.enterpriseinnovation.net
27. Forbes – www.forbes.com
28. The New Economy – www.theneweconomy.com

Зачет проходит письменно-устно по теоретическим вопросам курса. Оценка знаний осуществляется по результатам письменного ответа с учетом итоговой рейтинговой оценки студента.

Оценку «зачтено» заслуживает студент, демонстрирующий всестороннее, систематическое и глубокое знание программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные рабочим планом дисциплины, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «зачтено» выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий в их значении для приоб-

ретаемой профессии, проявившим творческие способности и самостоятельность в понимании, изложении и использовании учебного материала.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, имеющему пробелы в знаниях основного программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Также оценка «не зачтено» ставится студентам, уровень знаний которых не соответствует предъявленным требованиям.