

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ



ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ СТУДЕНТАМ ПО ИЗУЧЕНИЮ
ДИСЦИПЛИНЫ**

для студентов направления 38.03.06 – Торговое дело

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

Авторы-составители:

к.э.н., доцент кафедры экономической теории и экономики АПК
ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»

Рыбасова Ю. В.

к.э.н., доцент кафедры экономической теории и экономики АПК
ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»

Чередниченко О. А.

Рецензент:

доктор эконом. наук, профессор кафедры менеджмента и управленческих технологий
ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»

Байдаков А.Н.

Выставочная деятельность: методические указания студентам по изучению дисциплины для направления 38.03.06 – Торговое дело / Ю. В. Рыбасова, О. А. Чередниченко – Ставрополь : Ставрополь, 2020. – 21 с.

Методические указания составлены в соответствии с программой дисциплины «Выставочная деятельность» и предназначены для эффективного освоения курса студентами направления 38.03.06 – Торговое дело.

УДК 339.13 (076)
ББК 65.290-2 я73

Содержание

Введение	5
1. Структура и содержание дисциплины	7
1.1 Структура и содержание дисциплины для студентов очной формы обучения	7
1.2 Структура и содержание дисциплины для студентов заочной сокращенной формы обучения	8
2. Планирование и организация времени, отведенного на изучение дисциплины	9
3. Рекомендации по изучению отдельных тем курса	10
4. Вопросы и задания для осуществления текущего контроля успеваемости	16
5. Тематика рефератов	21
6. Рекомендуемый перечень вопросов к зачету	23
7. Список рекомендуемых информационных источников	24

Введение

Курс «Выставочная деятельность» раскрывает знания о выставках и ярмарках как проводников культуры и средства продвижения товаров и услуг к потенциальному потребителю. Поэтому данный курс является одним из ведущих в структуре учебного процесса по профессиональной подготовке выпускника по направлению Торговое дело.

Основной **целью** изучения дисциплины «Выставочная деятельность» является создание системы теоретических знаний у студентов в сфере выставочной работы и понимания важности выставок и ярмарок как естественной составной части маркетинга и инструмента развития предпринимательства.

Основные задачи дисциплины:

- освоить термины, понятия, определения; изучить темы дисциплины; составить конспект по лекциям, семинарам, практикуму, самостоятельной работе; дать ответы на контрольные вопросы;
- рассмотреть предоставляемые выставкой (ярмаркой) услуги как объект рыночного позиционирования с определенными характеристиками;
- исследовать принципы выбора фирмой выставки для своего участия и критерии правильной работы на различных этапах ее выставочного участия;
- рассмотреть методы выставочной работы: по продвижению продуктов фирмы к потребителю, по совершенствованию её предпринимательства;
- изучить действие в выставочных условиях связей с общественностью (Public Relations - PR) и информационно-рекламных технологий;
- изучить принципы и позиции классификации выставок;
- исследовать принципы и методы взаимодействия участников выставочного процесса; выявить условия, определяющие успех выставки для её организатора, фирмы-экспонента, посетителя выставки;
- выявить роль психологических методов в работе стендистов;
- рассмотреть значение программы в выставочной работе фирмы;
- рассмотреть основы организации, планировки и оборудования пространства: выставочного, экспозиционного, окружающего, внешнего;
- рассмотреть основы выставочно-экспозиционного дизайна; принципы экспозиции, обеспечивающей продвижение выставочных предложений фирмы к потенциальным потребителям;
- рассмотреть роль административно-организационной, инженерно-технической и вспомогательной функций организатора выставки в успешном проведении выставочной работы;
- рассмотреть значение выставок для совершенствования методов и технологий выставочной работы; развития предпринимательства; хозяйственного, внешнеэкономического и культурного развития страны;
- показать практическую необходимость знания родного языка (письменного и устного) как органически важной составной части выставочной деятельности и туристско-экскурсионного предпринимательства;
- выполнить самостоятельную работу на основе анализа экспозиции и методов экспозиционно-выставочной деятельности фирмы, дать рекомендации по

улучшению этой деятельности; обучиться методике проведения сравнительного исследования экспозиций и экспозиционных предложений разных фирм по комплексу характеристик; выполнить отчет по результатам самостоятельной работы.

Дисциплина «Выставочная деятельность» относится к вариативной части учебного плана и является дисциплиной по выбору.

Дисциплина «Выставочная деятельность», базирующаяся на знаниях, полученных учащимися при освоении предыдущих и смежных курсов по профилю подготовки, дает студенту системное представление о комплексе изучаемых дисциплин в соответствии с Государственным образовательным стандартом, что обеспечивает соответствующий теоретический уровень и практическую направленность в системе обучения и будущей деятельности выпускника.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. В качестве формы итогового контроля выступает зачет.

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 площадь: 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	-	-

2. Планирование и организация времени, отведенного на изучение дисциплины

Дисциплина «Выставочная деятельность» предусматривает изучение тем, в которых рассматриваются такие вопросы, как закономерности, принципы, функции, структуру, систему маркетинга, исследование рынка и изучение покупательского поведения, разработка новых товаров и формирование ассортиментной политики фирмы, разработка ценовой политики, организация системы сбыта и распределения товаров, формирование системы маркетинговых коммуникаций, управление маркетингом и др.

Предметом изучения учебной дисциплины «Выставочная деятельность» являются потребности, средства их удовлетворения и доведения до потребителей, методы маркетинговых исследований. Знания теоретических и практических основ маркетинга позволят специалистам стимулировать сбыт товаров и услуг, изучать, формировать и прогнозировать спрос, разрабатывать и анализировать сбытовую и ценовую политику организаций.

Дисциплина тесно связана с другими учебными дисциплинами, в которых изучаются экономическая теория, производственный менеджмент, анализ хозяйственной деятельности. В процессе изучения курса также изучаются нормативные и законодательные акты, формирующие правовую и экономическую основу функционирования предприятия.

Дисциплина «Выставочная деятельность» предусматривает теоретическое изучение основных понятий, принципов, форм, механизмов и методов маркетинговой деятельности.

Перед началом изучения курса рекомендуется познакомиться с целями и задачами курса. При необходимости можно просмотреть разделы дисциплин «Коммерческая деятельность организации» и «Предпринимательство», «Маркетинг» определяющие начальную подготовку.

При этом значительная доля учебного времени отведена на получение практических навыков, связанных с умением правильно анализировать конкретные ситуации, возникающие в процессе маркетинговой деятельности предприятия, а также способностью на основе этого разрабатывать наиболее эффективные пути решения возникающих проблем.

Лекционное занятие является одной из основных системообразующих форм организации учебного процесса. Лекция представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем - лектором учебного материала, как правило, теоретического характера. Результатом прослушивания лекции для студентов является конспект. При написании конспекта хорошо оставлять свободные места, предусмотреть поля, так как при проработке материала с использованием книги бывает необходимо дополнить или скорректировать записи. Такая работа с конспектом приводит к глубокому пониманию и освоению предмета.

Практические занятия могут проводиться в виде семинаров (обсуждение контрольных вопросов, заслушивание докладов) и практических работ (решение проблемных ситуационных задач, рассмотрение примеров из практики отечественных предприятий и т.п.). Дисциплина «Маркетинг» носит прикладной характер, а следовательно, особое внимание при проведении практических и семинарских

занятий уделяется тем теоретическим положениям и практическим навыкам, которые могут быть использованы в будущей практической деятельности.

Доклады готовятся студентами по темам семинарских занятий в виде презентаций Power Point (не более 15 слайдов) продолжительностью не более 7-10 минут.

Изучение дисциплины предусматривает самостоятельную работу студентов с учебной, методической, периодической и нормативно-справочной литературой.

3. Рекомендации по изучению отдельных тем курса

Тема 1. История возникновения, становления и развития выставок в России

1.1. Содержание лекции: предпосылки появления выставочной деятельности; зарождение и развитие выставочно-ярмарочной деятельности в России; развитие выставочной деятельности в современной России.

1.2. Содержание семинарского (практического) занятия: подробно изучить развитие выставочно-ярмарочной деятельности. Закрепить изученный материал при решении ситуационных задач.

1.3. Содержания самостоятельной работы: подготовиться к опросу и решить ситуационные задачи, предназначенные для самостоятельной работы.

1.4. Рекомендуема литература:

Основная:

1. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Нуралиев, С. У. Маркетинг. Учебник для бакалавров / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 362 с.

2. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Минько, Э. В., Карпова Н. В. Маркетинг. Учебное пособие / Э. В. Минько, Н. В. Карпова. - М.: Юнити-Дана, 2019. - 352 с.

3. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Романов, А. А. Маркетинг. Учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - М.: Дашков и Ко, 2019. - 440 с.

Дополнительная:

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. 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, 2019. - 93 с.

Тема 2. Основные понятия и нормативно-правовая база выставочно-ярмарочной деятельности

2.1. Содержание лекции: понятийный аппарат выставочно-ярмарочной

деятельности; нормативно-правовое регулирование выставочно-ярмарочной деятельности в России.

2.2. Содержание семинарского (практического) занятия: подробно рассмотреть нормативно-правовое регулирование выставочно-ярмарочной и закрепить изученный материал при решении ситуационных задач и проблемных ситуаций.

2.3. Содержимое самостоятельной работы: подготовиться к опросу и решить ситуационные задачи, предназначенные для самостоятельной работы.

2.4. Рекомендуемая литература:

Основная:

1. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Нуралиев, С. У. Маркетинг. Учебник для бакалавров / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 362 с.
2. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Минько, Э. В., Карпова Н. В. Маркетинг. Учебное пособие / Э. В. Минько, Н. В. Карпова. - М.: Юнити-Дана, 2019. - 352 с.
3. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Романов, А. А. Маркетинг. Учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - М.: Дашков и Ко, 2019. - 440 с.

Дополнительная:

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. 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, 2019. - 93 с.

Тема 3. Классификация выставочно-ярмарочных мероприятий

3.1. Содержание лекции: современная типология выставок, понятие и уровни выставочного продукта, характеристики посетителей и присутствующих лиц на выставочно-ярмарочных мероприятиях.

3.2. Содержание семинарского (практического) занятия: изучить современная типология выставок и особенности их организации, закрепить изученный материал при решении ситуационных задач и проблемных ситуаций

3.3. Содержимое самостоятельной работы: подготовиться к опросу и решить ситуационные задачи, предназначенные для самостоятельной работы.

3.4. Рекомендуемая литература:

Основная:

1. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Нуралиев, С. У. Маркетинг. Учебник для бакалавров / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 362 с.

2. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Минько, Э. В., Карпова Н. В. Маркетинг. Учебное пособие / Э. В. Минько, Н. В. Карпова. - М.: Юнити-Дана, 2019. - 352 с.

3. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Романов, А. А. Маркетинг. Учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - М.: Дашков и Ко, 2019. - 440 с.

Дополнительная:

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. 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, 2019. - 93 с.

Тема 4. Выставочная деятельность в маркетинговой системе предприятия

4.1. Содержание лекции: место выставок в инструментарии маркетинга, целеполагание в выставочном маркетинге, механизм принятия решения об участии в выставке, факторы, определяющие выбор выставки.

4.2. Содержание семинарского (практического) занятия: закрепить изученный материал по механизму принятия решения об участии в выставке.

4.3. Содержание самостоятельной работы: подготовиться к контрольной работе по теоретическим и практическим аспектам рассмотренной темы и выполнить индивидуальное задание по принятию решения об участии в выставке.

4.4. Рекомендуемая литература:

Основная:

1. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Нуралиев, С. У. Маркетинг. Учебник для бакалавров / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2017. - 362 с.

2. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Минько, Э. В., Карпова Н. В. Маркетинг. Учебное пособие / Э. В. Минько, Н. В. Карпова. - М.: Юнити-Дана, 2019. - 352 с.

3. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Романов, А. А. Маркетинг. Учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - М.: Дашков и Ко, 2019. - 440 с.

Дополнительная:

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. 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, 2019. - 93 с.

Тема 5. Организация участия в выставочной деятельности

5.1. Содержание лекции: планирование участия в выставке в качестве экспонента; формы участия в выставке; выбор экспонатов и утверждение выставочной программы; регистрация и оформление участия в выставке

5.2. Содержание семинарского (практического) занятия: рассмотреть порядок и формы участия в выставке и выполнить индивидуальное задание по позиционированию товара. Закрепить изученный материал при решении ситуационных задач.

5.3. Содержания самостоятельной работы: подготовиться к опросу и решить ситуационные задачи, предназначенные для самостоятельной работы.

5.4. Рекомендуема литература:

Основная:

1. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Нуралиев, С. У. Маркетинг. Учебник для бакалавров / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 362 с.

2. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Минько, Э. В., Карпова Н. В. Маркетинг. Учебное пособие / Э. В. Минько, Н. В. Карпова. - М.: Юнити-Дана, 2019. - 352 с.

3. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Романов, А. А. Маркетинг. Учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - М.: Дашков и Ко, 2019. - 440 с.

Дополнительная:

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. 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, 2019. - 93 с.

Тема 6. Экономические аспекты выставочной деятельности

6.1. Содержание лекции: стоимость участия в выставке, составление бюджета выставки, оценка эффективности выставочного участия

6.2. Содержание семинарского (практического) занятия: подробно рассмотреть оценку эффективности выставочного участия и закрепить изученный материал при решении ситуационных задач и докладов по результатам выполнения индивидуальных заданий.

6.3. Содержание самостоятельной работы: выполнить индивидуальное задание.

6.4. Рекомендуема литература:

Основная:

1. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Нуралиев, С. У. Маркетинг. Учебник для бакалавров / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 362 с.
2. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Минько, Э. В., Карпова Н. В. Маркетинг. Учебное пособие / Э. В. Минько, Н. В. Карпова. - М.: Юнити-Дана, 2019. - 352 с.
3. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Романов, А. А. Маркетинг. Учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - М.: Дашков и Ко, 2019. - 440 с.

Дополнительная:

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. 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, 2019. - 93 с.

Тема 7. Выставочная площадь: выбор и оформление стенда, экспонаты

7.1. Содержание лекции: выбор местоположения стенда на выставке, типы стендов, оформление выставочного стенда и методы показа экспозиции, экспонаты для участия в выставке

7.2. Содержание семинарского (практического) занятия: рассмотреть оформление выставочного стенда и методы показа экспозиции. Закрепить изученный материал при решении ситуационных задач.

7.3. Содержание самостоятельной работы: подготовиться к контрольной работе по теоретическим и практическим аспектам рассмотренной темы.

7.4. Рекомендуема литература:

Основная:

1. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Нуралиев, С. У. Маркетинг. Учебник для бакалавров / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 362 с.
 2. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Минько, Э. В., Карпова Н. В. Маркетинг. Учебное пособие / Э. В. Минько, Н. В. Карпова. - М.: Юнити-Дана, 2019. - 352 с.
 3. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Романов, А. А. Маркетинг. Учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - М.: Дашков и Ко, 2019. - 440 с.
- Дополнительная:
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. 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, 2019. - 93 с.

Тема 8. Организация работы персонала на выставке

8.1. Содержание лекции: методы подбора и подготовки персонала для участия в выставке, функции сотрудников на территории выставки и за ее пределами, коммуникации с посетителями выставки.

8.2. Содержание семинарского (практического) занятия: рассмотреть коммуникации с посетителями выставки и закрепить изученный материал при решении проблемных задач.

8.3. Содержания самостоятельной работы: подготовиться к опросу и решить ситуационные задачи, предназначенные для самостоятельной работы.

8.4. Рекомендуема литература:

Основная:

1. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Нуралиев, С. У. Маркетинг. Учебник для бакалавров / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 362 с.
2. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Минько, Э. В., Карпова Н. В. Маркетинг. Учебное пособие / Э. В. Минько, Н. В. Карпова. - М.: Юнити-Дана, 2019. - 352 с.
3. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Романов, А. А. Маркетинг. Учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - М.: Дашков и Ко, 2019. - 440 с.

Дополнительная:

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. 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, 2019. - 93 с.

Тема 9. Анализ результатов участия в выставке

9.1. Содержание лекции: методы обратной связи в работе с посетителями экспозиции; контроль эффективности выставочного участия компании.

9.2. Содержание семинарского (практического) занятия: рассмотреть систему обратной связи в работе с посетителями экспозиции. Закрепить изученный материал при решении проблемных задач.

9.3. Содержания самостоятельной работы: подготовиться к опросу и решить ситуационные задачи, предназначенные для самостоятельной работы.

9.4. Рекомендуема литература:

Основная:

1. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Нуралиев, С. У. Маркетинг. Учебник для бакалавров / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 362 с.

2. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Минько, Э. В., Карпова Н. В. Маркетинг. Учебное пособие / Э. В. Минько, Н. В. Карпова. - М.: Юнити-Дана, 2019. - 352 с.

3. ЭБС Университетская библиотека ONLINE: Романов, А. А. Маркетинг. Учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - М.: Дашков и Ко, 2019. - 440 с.

Дополнительная:

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. 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, 2019. - 93 с.

4. Вопросы и задания для осуществления текущего контроля успеваемости

1. Экспозиция музея и выставка в музее: взаимосвязь, общность, различия.
2. Создание музейной экспозиции: архитектура, дизайн, отбор экспонатов.
3. Психология музейной экспозиции: общая направленность, акцентирование внимания (указать пример или свой вариант выполнения заданной идеи).
4. Оборудование музея: стенды, витрины, осветительная техника, ограждения (привести примеры выбора оборудования для конкретных случаев).
5. Цели, формы, организационно-предметное обеспечение и методы участия музея в туристско-экскурсионных выставках.
6. Терминология, основные определения в выставочной работе.
7. Назначение выставок, их роль в современном обществе, в профессиональной сфере деятельности.
8. Выставка как составная часть и цель туристско-экскурсионной работы.
9. История возникновения, становления и развития ярмарок и выставок.
10. От базаров древнего мира - к современным выставкам: этапы развития.
11. Основные характеристики выставки: тематика, название, аннотация, место проведения, площадь выставочного комплекса, патронат, информационная поддержка; их значение и требования к взаимному соответствию.
12. Презентационные характеристики выставки: организатор, важнейшие участники, спонсоры, патронат, информационная поддержка, ожидаемые гости; место, время и периодичность проведения; посвящение, сопутствующие мероприятия; их значение.
13. Основные условия успеха выставки.
14. Значение и необходимость классификации выставок по различным характеристикам: по направлению работы, месту проведения, частоте проведения, виду, спросу потенциальных посетителей,
15. Основные характеристики всемирных торговых выставок.
16. Характеристика выставок по маркетинговой стратегии.
17. Классификация выставок по отношению к музею.
18. Классификация по выставочному пространству.
19. Выставка как часть комплекса маркетинга.
20. Основные условия выставочной стратегии предприятия.
21. Объясните принцип “глобальное мышление - конкретные действия” в отношении выставочной работы.
22. Перечислите и прокомментируйте основные мероприятия фирмы на этапе разработки участия в выставке.
23. Объясните, что можно узнать на выставке о конкурирующей фирме.
24. Объясните, почему выставка и ярмарка являются физическим выражением понятия «рынок».
25. Назовите общие причины участия фирмы в выставках.
26. Назовите частные причины участия фирмы в выставках.
27. Назовите основные этапы проектирования выставочной экспозиции.
28. Назовите основные этапы создания выставочной экспозиции.
29. Назовите основные результаты, определяющие успех участия фирмы в выставке.

30. Охарактеризуйте систему «человек - предметная среда», в которой работает дизайнер, и реализацию этой системы в выставочном дизайне.

31. Назовите основные условия, определяющие этнический характер выставочного дизайна.

32. Объясните, какие задачи решаются в дизайне выставочной экспозиции.

33. Дайте определения «золотого сечения», «золотого числа» и укажите их численные значения.

34. Назовите единицы длины, связанные с размерами частей тела человека.

35. Перечислите различные виды линий, дайте их эмоционально-образные характеристики и укажите возможность их использования в дизайне.

36. Укажите, что связывает природные формы и их восприятие человеком, какими средствами воспроизводятся в выставочном дизайне ощущения, характерные при восприятии реальных явлений природы.

37. Укажите, в чем состоят особенности каждого вида перспективы и покажите на примерах, как в выставочном дизайне они могут быть использованы.

38. Дайте определение понятия «перспектива», назовите виды перспективы.

39. Приведите пример использования в выставочном дизайне панорамной и театральной перспективы и укажите, в чем различие между этими видами.

40. Предложите вариант использования в выставочном дизайне плафонной перспективы.

41. Приведите примеры использования в выставочном дизайне рельефной перспективы и укажите, в чем различие между барельефом и горельефом.

42. Укажите, каким видам туризма наиболее соответствует использование архитектурной перспективы в выставочном дизайне.

43. Укажите, совместно с каким видом перспективы целесообразно использовать воздушную перспективу.

44. Укажите, каким видам туризма наиболее соответствует дизайн выставочной экспозиции с использованием обратной перспективы.

45. Покажите на примерах роль освещения в дизайне выставочной экспозиции.

46. Укажите на примерах, какие технические средства используются для освещения выставочной экспозиции и с какой целью.

47. Объясните, что такое «собственная тень» и «падающая тень», приведите примеры использования этих явлений в выставочном дизайне.

48. Объясните физические явления, называемые «блик», «иррадиация», и укажите их роль в выставочном дизайне.

49. Укажите, в каких целях на выставках используется пиктография.

50. Укажите, что представляет собою композиция в выставочном дизайне.

51. Объясните понятия «пропорциональность» и «масштабность» применительно к выставочному дизайну.

52. Объясните понятия «нюанс» и «контраст» применительно к выставочному дизайну.

53. Объясните смысл термина «угол зрения» в отношении выставочной экспозиции; назовите оптимальное значение угла зрения.

54. Укажите, как используются данные антропометрии и эргономики в дизайнерском проектировании.

55. Укажите, какую информацию дает дизайнеру антропометрия.

56. Укажите, какую информацию дает дизайнеру эргономика.
57. Назовите значения высоты и ширины букв для надписей в выставочной практике.
58. Укажите обязательные элементы в фирменной выставочной одежде.
59. Укажите, какова для стендиста роль прически, макияжа, маникюра, и в какое более общее понятие входят эти составляющие.
60. Назовите и прокомментируйте формы организации зоны недоступности в выставочной экспозиции.
61. Назовите последовательно основные мероприятия, которые осуществляет фирма, участвующая в выставке по организации своей выставочной экспозиции.
62. Назовите основные требования к цветочной композиции, которая используется на экспозиции туристской фирмы.
63. Укажите, каким условиям должна удовлетворять растительная композиция на выставке лекарственных средств.
64. Укажите, каким условиям должна удовлетворять растительная композиция на выставке текстильной продукции.
65. Укажите, каким условиям должна удовлетворять растительная композиция на выставке парфюмерии.
66. Взаимосвязь размеров растительной композиции и выставочного пространства.
67. Укажите, возможно ли эффективное использование запаха в выставочном пространстве как средства рекламы и привлечения посетителей выставки к экспозиции фирмы.
68. Как влияет поток проходящих посетителей на восприятие каждым из них выставочной экспозиции; прокомментируйте различные варианты соотношения места расположения экспозиции и интенсивность потока посетителей.

5. 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.

6. Рекомендуемый 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.

7. Список рекомендуемых информационных источников

7.1. 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.

7.2. 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. Клюкач, В. А. Маркетинг в агропромышленном комплексе : учебник для студентов вузов по специальности 080502.65 «Экономика и упр. на предприятии АПК» / В. А. Клюкач, Д. А. Логинов ; В. А. Клюкач, 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, публик рилейшнз, брендинг. Учебное пособие / Ф. И. Шарков. - М.: Дашков и Ко, 2016. - 324 с.

7.3. 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