

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫХ НАУК
Кафедра общественных связей, туризма и гостеприимства

СЕРВИС КРЕАТИВНЫХ ПРОСТРАНСТВ И ВЫСТАВОК

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

43.03.01 «Сервис»

Код и наименование направления подготовки/специальности

«Креативные индустрии»

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, очно-заочная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2024

Сервис креативных пространств и выставок
Рабочая программа дисциплины (модуля)

Составитель(и):

К.э.н., доцент, доцент каф. ОСТиГ А.И. Мосалёв

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания кафедры общественных связей, туризма и гостеприимства
№ 8 от 15.02.2024 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Пояснительная записка	4
1.1. Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
2. Структура дисциплины.....	5
3. Содержание дисциплины.....	5
4. Образовательные технологии	7
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	8
5.1. Система оценивания	8
5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине.....	8
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	9
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	11
6.1. Список источников и литературы	11
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	11
6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы.....	12
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	12
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	12
9. Методические материалы.....	13
9.1. Планы семинарских занятий.....	13
9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ	15
9.3. Иные материалы.....	15
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины	16

Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - знакомство студентов и овладение ими навыками планирования и организации сервиса в выставочном деле.

Задачи дисциплины:

1. Ознакомить студентов с новейшими технологиями выставочного дела, с мировым и отечественным опытом.
2. Изучить опыт региональных центров ярмарочно-выставочного дела, провести информационно-справочную систематизацию материалов работы выставочных центров.
3. Овладеть навыками планирования выставочных экспозиций.
4. Изучить комплекс услуг по организации и проведению выставок, включая создание художественного проекта, монтажа выставки «под ключ» (модель выставки), рекламы и памятки по обслуживанию выставок.
5. Ознакомить студентов со спецификой работы стендиста, галериста, куратора, дизайнера-организатора выставок в арт-менеджменте.
6. Определить специфические правила в работе с клиентами, посетителями, выработать кодекс выставочного этикета.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ОПК-5 - Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности	ОПК-5.1 - Определяет, анализирует, оценивает производственно-экономические показатели предприятий сервиса	Знать: все о выставочном деле, о технологиях, организации и правилах проведения выставок Уметь: практически разрабатывать программу тематической выставки начиная с «идеи» выставки и кончая «дизайном» выставочного места Владеть: системным представлением об организационной и экономической составляющей процесса планирования выставочной кампании и применения средств массовой информации в деятельности предприятий
	ОПК-5.2 - Принимает экономически обоснованные управленческие решения	Знать: иметь полное представление о мировом, отечественном и региональном опыте экспозиций и выставок. Уметь: осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации. Владеть: способностью участвовать в разработке маркетинговой

		стратегии организации.
	ОПК-5.3 - Обеспечивает экономическую эффективность сервисной деятельности предприятия	Знать: отличительные особенности рекламы, применяемой в выставочном и экспозиционном пространстве; признаки, по которым осуществляется классификация выставок и ярмарок Уметь: планировать и осуществлять мероприятия, направленные на реализацию маркетинговой стратегии организации Владеть: методикой формирования экспозиционной команды

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (*модуль*) «Сервис креативных пространств и выставок» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины (*модуля*) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Креативные коммуникативные технологии в социально-культурной деятельности, Сервис музейных пространств, Психология креативного мышления и современная реклама.

В результате освоения дисциплины (*модуля*) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Планирование в креативных индустриях, Управление проектами народно-художественных промыслов и ремёсел, Управление проектами в креативных индустриях, Управление государственными, муниципальными и корпоративными закупками, Финансовое сопровождение креативных проектов.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
5	Лекции	18
5	Семинары	24
5	Контроль	18
Всего:		60

Объем дисциплины (*модуля*) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 48 академических часа(ов).

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	История возникновения,	Выставки и ярмарки: причины появления и история

	<p>становления и развития выставок и ярмарок в мире и России</p>	<p>развития; эффективные инструменты торговли, коммуникации, информации; значение для повышения культурного уровня предпринимательства, развития профессионализма в различных областях деятельности и общественных отношений. Ярмарки и выставки как поле предпринимательской конкуренции, как составная часть маркетинга, как сфера реализации познавательного и делового туризма, как возможность проявления делового сотрудничества и гостеприимства. Выставочное дело в мире, в СССР, в современной России. Основные направления выставочно-ярмарочной деятельности. Общее определение понятий «выставочная деятельность», «экспозиция», «экспонат», «экспонент», «выставка», «выставочное пространство». Особенности определений для социально-культурной и предпринимательской сфер деятельности, для музейных, художественных, торговых выставок. Музейная выставка и ее отношение к музею. Музейные выставки – средство периодического показа музейных фондов и возможность расширения деятельности музея, форма культурно-просветительной работы музея в осуществлении его коммуникативной функции. Классификация музейных выставок. Роль музейной выставки как объекта посещения в экскурсиях и познавательных турах. Музейные выставки в историко-краеведческом музее поселка или провинциального города как способ включения местонахождения музея в туристско-экскурсионные программы.</p>
2	<p>Торговые выставки и ярмарки</p>	<p>Торговые выставки и ярмарки как средство оптимального продвижения новых товаров и услуг, обеспечения непосредственного взаимодействия между предпринимателем, предлагающим товары и услуги, и потребителем, заинтересованным в их приобретении. Раскрытие для посетителя выставки предложений фирмы на ее экспозиции как основная экспозиционно-выставочная задача экспонента. Сходство и различие между торговыми выставками и ярмарками; постепенное стирание различий. Сложность презентации предложений туризма и гостеприимства, связанная с особенностью продуктов этого вида. Основные участники выставочно-ярмарочного процесса и их взаимодействие. Фирма-экспонент, посетитель выставки, организатор выставки - основные участники выставочного процесса и их взаимодействие. Собственные интересы каждого из основных участников в рамках выставочного процесса. Основные объекты выставочного</p>

		<p>процесса. Заинтересованность организатора выставки в одновременном присутствии многих производителей и потенциальных покупателей на одной выставке (ярмарке). Роль организатора выставки в реализации интересов фирмы-экспонента и посетителя выставки. Условия высокой эффективности выставки (ярмарки). Условия высокой эффективности выставки (ярмарки) с позиций каждого из основных участников выставочного процесса. Встреча экспозиционного предложения и заинтересованного в нем потенциального потребителя как основной критерий успеха выставки. Роль выставочно-ярмарочной деятельности в развитии рынка, расширении предпринимательства, многообразии рыночных предложений, удовлетворении спроса, повышении качества товаров и услуг, активизации обращения товарно-денежной массы. Роль обратной связи в совершенствовании выставочно-ярмарочной деятельности.</p>
3	Виды выставочных сервисов	<p>Группы сервисов: общие сервисы, рекламно-информационные сервисы; административные сервисы; технические сервисы. Основные услуги общего сервиса: Инфраструктурные услуги, Туристические услуги, Оперативные услуги, Информационные услуги.</p> <p>Современные операторы выставочных и креативных пространств. Их основные особенности.</p>
4	Оценка и контроль качества предоставления выставочных сервисов	<p>Экспертный и социологический методы оценки. Оценка соответствия договорных отношений между оператором и потребителем выставочных услуг. Критерии успеха выставки и планирование методов их достижения. Административная работа на выставке. Информационно-рекламные и культурные программы на выставке. Организация смотров-конкурсов, награждение участников выставки и экспонатов. Закрытие выставки. Демонтаж. Послевыставочный период. Подведение итогов и анализ выставочного проекта. Освещение итогов выставки в средствах массовой информации.</p>
5	Оценка эффективности выставочной деятельности предприятия	<p>Метод оценки эффективности участия в выставке. Экономическая эффективность площади выставочного стенда. Экономический анализ выставочного участия. Анализ эффективности выставочной деятельности по параметрам</p>

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	10 баллов	20 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- практическое задание	10 баллов	10 баллов
- презентация	10 баллов	20 баллов
Промежуточная аттестация – экзамен		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ C	хорошо/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Очная форма обучения, экзамен в 5 семестре

Очно-заочная форма обучения, экзамен в 5 семестре

Перечень тем докладов

1. Выставка как интегрирующий элемент рекламно-информационной деятельности
2. Выставка как инструмент маркетинга
3. Современные тенденции на мировом рынке выставочных услуг
4. Сущность и содержание выставочной деятельности
5. Выставка как инструмент исследования рынка: сбор и анализ статистических данных выставки
6. Организация и построение современной выставочной экспозиции
7. Особенности бюджетирования выставочного проекта

8. Технологии рекламы и продвижение выставочного проекта
9. Роль рекламной кампании в выставочной деятельности
10. Основные направления коммуникационной политике компаний в подготовке участия в выставке
11. Интернет в продвижении и реализации выставочного проекта
12. Прямой маркетинг в организации выставочной деятельности
13. Роль СМИ в организации PR- деятельности
14. Формирование коммерческого имиджа и образа фирмы
15. Работа с профессиональными и общественными отраслевыми объединениями
16. Государственная поддержка выставки
17. Специальные мероприятия в выставочном проекте
18. Оценка эффективности выставочной деятельности организации
19. Факторы партнерского участия СМИ в выставке и формы партнерства со СМИ
20. Спонсорство на выставке
21. Управление выставочным продуктом.
22. Программа коммуникаций и место выставки в жизненном цикле продукта

Примерный перечень экзаменационных вопросов

1. Этапы развития выставочно-ярмарочной деятельности в мире
2. История развития выставочно-ярмарочной деятельности в России
3. Выставка: понятие и сущность
4. Классификация выставок
5. Планирование экспозиции и строительство стендов
6. Композиционные и дизайнерские решения
7. Функциональное зонирование выставочного пространства
8. Организация системы навигации
9. Организация пространства на открытых площадях
10. Средства маркетинговых коммуникаций
11. Выставка как мероприятие в системе маркетинга
12. Критерии выбора выставки
13. Способы участия в выставке
14. Особенности организации выставочного стенда
15. Подготовка стендистов
16. Процесс участия предприятия в работе выставки
17. Выставочный бюджет
18. Целевая аудитория
19. Характеристика выставочных PR-мероприятий
20. Информационная поддержка выставки
21. Особенности медиапланирования
22. Понятие выставочной деятельности
23. Метод оценки эффективности участия в выставке
24. Экономическая эффективность площади выставочного стенда
25. Экономический анализ выставочного участия
26. Анализ эффективности выставочной деятельности по параметрам
27. Виды спонсорства на выставке

Практическое задание

Практическое задание будет сформировано на основе календаря выставочных мероприятий, проводимых в Москве в период реализации настоящей дисциплины.

Практическое задание предполагает самостоятельное посещение проводимого мероприятия, сбор данных о месте проведения, тематике, тайминга, организаторов, посетителя. Анализ на основе нормативных документов всех требований к организации и проведения выставки.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Источники

Основные:

1. ГОСТ 70218-2022. Национальный стандарт Российской Федерации. Выставочный сервис. Основные положения (от 15.07.2022, №638-ст).

2. Приказ Минтруда России от 09.11.2016 N 612н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок" (Зарегистрировано в Минюсте России 22.11.2016 N 44399)

3. Распоряжение Правительства РФ от 16.07.2022 N 1957-р <Об утверждении Плана мероприятий по реализации мер поддержки и стратегического развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации до 2025 года>

4. ГОСТ Р 56765-2015. Национальный стандарт Российской Федерации. Деятельность выставочно-ярмарочная. Основные положения" (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 25.11.2015 N 1978-ст) (ред. от 21.12.2017)

5. ГОСТ 32608-2014. Межгосударственный стандарт. Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения" (введен в действие Приказом Росстандарта от 11.06.2014 N 550-ст)

6. ГОСТ Р ИСО 25639-1-2015. Национальный стандарт Российской Федерации. Выставки, ярмарки, конгрессы. Часть 1. Словарь" (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 27.11.2015 N 2034-ст)

Литература:

Основная:

1. Сологубова, Г. С. Экономика конгрессно-выставочной деятельности: учебник для вузов / Г. С. Сологубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 248 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496744>

2. Фомичев, В. И. Выставочное дело : учебник для вузов / В. И. Фомичев. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 227 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12657-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493268>

Дополнительная:

1. Коноплева, Н. А. Сервис в современной культуре : учебное пособие : [16+] / Н. А. Коноплева. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. — 334 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574375>

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Фонд Росконгресс <https://roscongress.org/>

Оператор выставочной системы <https://exhibition-operator.ru/>

Выставочный портал <http://totalexpo.ru/org/org.aspx>

Российский союз выставок и ярмарок <https://ruef.ru/#/>

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru

ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru

Электронно-библиотечная система Znanium.com

Информационно-правовая система «Гарант». – URL: <http://www.garant.ru/>

Информационно-правовая система «Консультант плюс». – URL: <http://www.consultant.ru/>

Официальный сайт Федерального агентства по туризму - <http://www.russiatourism.ru>

Официальный сайт отраслевого объединения, в которое входят туроператоры, турагентства, гостиницы, санаторно-курортные учреждения, транспортные, страховые, консалтинговые, IT-компании, учебные заведения, СМИ, общественные и иные организации в сфере туризма <http://www.rostourunion.ru>

Официальный сайт Всемирной туристской организации- <http://www2.unwto.org/ru>

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со

специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий

Тема 1 История возникновения, становления и развития выставок и ярмарок в мире и России

Вопросы для обсуждения:

Выставки и ярмарки: причины появления и история развития; эффективные инструменты торговли, коммуникации, информации; значение для повышения культурного уровня предпринимательства, развития профессионализма в различных областях деятельности и общественных отношений. Ярмарки и выставки как поле предпринимательской конкуренции, как составная часть маркетинга, как сфера реализации познавательного и делового туризма, как возможность проявления делового сотрудничества и гостеприимства. Выставочное дело в мире, в СССР, в современной России. Основные направления выставочно-ярмарочной деятельности. Общее определение понятий «выставочная деятельность», «экспозиция», «экспонат», «экспонент», «выставка», «выставочное пространство». Особенности определений для социально-культурной и предпринимательской сфер деятельности, для музейных, художественных, торговых выставок. Музейная выставка и ее отношение к музею. Музейные выставки – средство периодического показа музейных фондов и возможность расширения деятельности музея, форма культурно-просветительной работы музея в осуществлении его

коммуникативной функции. Классификация музейных выставок. Роль музейной выставки как объекта посещения в экскурсиях и познавательных турах. Музейные выставки в историко-краеведческом музее поселка или провинциального города как способ включения местонахождения музея в туристско-экскурсионные программы.

Тема 2 Торговые выставки и ярмарки

Вопросы для обсуждения:

Торговые выставки и ярмарки как средство оптимального продвижения новых товаров и услуг, обеспечения непосредственного взаимодействия между предпринимателем, предлагающим товары и услуги, и потребителем, заинтересованным в их приобретении. Раскрытие для посетителя выставки предложений фирмы на ее экспозиции как основная экспозиционно-выставочная задача экспонента. Сходство и различие между торговыми выставками и ярмарками; постепенное стирание различий. Сложность презентации предложений туризма и гостеприимства, связанная с особенностью продуктов этого вида. Основные участники выставочно-ярмарочного процесса и их взаимодействие. Фирма-экспонент, посетитель выставки, организатор выставки - основные участники выставочного процесса и их взаимодействие. Собственные интересы каждого из основных участников в рамках выставочного процесса. Основные объекты выставочного процесса. Заинтересованность организатора выставки в одновременном присутствии многих производителей и потенциальных покупателей на одной выставке (ярмарке). Роль организатора выставки в реализации интересов фирмы-экспонента и посетителя выставки. Условия высокой эффективности выставки (ярмарки). Условия высокой эффективности выставки (ярмарки) с позиций каждого из основных участников выставочного процесса. Встреча экспозиционного предложения и заинтересованного в нем потенциального потребителя как основной критерий успеха выставки. Роль выставочно-ярмарочной деятельности в развитии рынка, расширении предпринимательства, многообразии рыночных предложений, удовлетворении спроса, повышении качества товаров и услуг, активизации обращения товарно-денежной массы. Роль обратной связи в совершенствовании выставочно-ярмарочной деятельности.

Тема 3 Виды выставочных сервисов.

Вопросы для обсуждения:

Группы сервисов: общие сервисы, рекламно-информационные сервисы; административные сервисы; технические сервисы. Основные услуги общего сервиса: Инфраструктурные услуги, Туристические услуги, Оперативные услуги, Информационные услуги.

Современные операторы выставочных и креативных пространств. Их основные особенности.

Тема 4 Оценка и контроль качества предоставления выставочных сервисов

Вопросы для обсуждения:

Экспертный и социологический методы оценки.

Оценка соответствия договорных отношений между оператором и потребителем выставочных услуг.

Критерии успеха выставки и планирование методов их достижения. Административная работа на выставке. Информационно-рекламные и культурные программы на выставке. Организация смотров-конкурсов, награждение участников выставки и экспонатов. Закрытие выставки. Демонтаж. Послевыставочный период. Подведение итогов и анализ выставочного проекта. Освещение итогов выставки в средствах массовой информации.

Тема 5 Оценка эффективности выставочной деятельности предприятия

Вопросы для обсуждения:

Метод оценки эффективности участия в выставке. Экономическая эффективность площади выставочного стенда. Экономический анализ выставочного участия. Анализ эффективности выставочной деятельности по параметрам

Материально-техническое обеспечение занятия: компьютер, проектор.

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Представлены общеуниверситетскими требованиями.

Для работы с темами потребуется составление чек-листов на основе действующих ГОСТов по согласованию и под руководством преподавателя.

9.3. Иные материалы

Для работы с темами потребуется составление чек-листов на основе действующих ГОСТов по согласованию и под руководством преподавателя.

Примерные творческие задания

1. Выбор объекта проектирования (самостоятельно студентом или предложенный преподавателем) и сбор материала.
2. Подбор исследовательского материала (прототипы и аналоги, российский и зарубежный опыт)
3. Клазура на образ-идею выставочной ячейки, эскизы объемно-пространственной композиции выставочной ячейки
4. Эскизы цветового решения; эскизы освещения выставочной ячейки; эскизы конструктивных решений; эскизы декоративного оформления
5. Поиск композиционных решений графического планшета.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина *«Документационное обеспечение сервиса креативных индустрий»* реализуется на ФВиСКН ИАИ *кафедрой* общественных связей, туризма и гостеприимства

Цель дисциплины - знакомство студентов и овладение ими навыками планирования и организации сервиса в выставочном деле.

Задачи дисциплины:

1. Ознакомить студентов с новейшими технологиями выставочного дела, с мировым и отечественным опытом.
2. Изучить опыт региональных центров ярмарочно-выставочного дела, провести информационно-справочную систематизацию материалов работы выставочных центров.
3. Овладеть навыками планирования выставочных экспозиций.
4. Изучить комплекс услуг по организации и проведению выставок, включая создание художественного проекта, монтажа выставки «под ключ» (модель выставки), рекламы и памятки по обслуживанию выставок.
5. Ознакомить студентов со спецификой работы стендиста, галериста, куратора, дизайнера-организатора выставок в арт-менеджменте.
6. Определить специфические правила в работе с клиентами, посетителями, выработать кодекс выставочного этикета.

Дисциплина (*модуль*) направлена на формирование следующих компетенций:

ОПК-5.1 - Определяет, анализирует, оценивает производственно-экономические показатели предприятий сервиса

ОПК-5.2 - Принимает экономически обоснованные управленческие решения

ОПК-5.3 - Обеспечивает экономическую эффективность сервисной деятельности предприятия

В результате освоения дисциплины (*модуля*) обучающийся должен:

Знать: все о выставочном деле, о технологиях, организации и правилах проведения выставок

Уметь: практически разрабатывать программу тематической выставки начиная с «идеи» выставки и кончая «дизайном» выставочного места

Владеть: системным представлением об организационной и экономической составляющей процесса планирования выставочной кампании и применения средств массовой информации в деятельности предприятий

По дисциплине (*модулю*) предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины (*модуля*) составляет 3 зачетные единицы.