АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.11.1 ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Автор: В.В. Алейников

Код и наименование направления подготовки, профиля:

43.03.01 Сервис, «Социально-культурный сервис»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области типов выставок и ярмарок; типов экспонентов и посетителей; поведения персонала на стенде; формирования навыков применения полученных знаний в практической деятельности предприятий сервиса.

План курса:

Тема 1. Введение в дисциплину

Основы организационно-выставочной деятельности. Терминология выставочно-ярмарочной деятельности. Понятие торговой ярмарки (ярмарки-выставки) и торгово-промышленной выставки. Основные отличительные черты между торгово-промышленными выставками и торговыми ярмарками. Виды торговых ярмарок/выставок. Международная классификация выставок. Субъекты выставочной деятельности, и их коммуникационное взаимодействие: экспонент, устроитель, посетитель. Функции выставочной деятельности: социальные, экономические, просветительские и др. Значение торговых ярмарок/выставок. Выставочная деятельность как форма возникновения деловых коммуникаций. Современные тенденции выставочного дела.

Тема 2. Эволюция торговых выставок и ярмарок

Особенности возникновения и проведения выставок в древности. Ярмарки в Средневековой Европе. Влияние промышленной революции на развитие выставочной деятельности. Ярмарочный фольклор в России. Появление выставок в России. Первая российская мануфактурная выставка в Петербурге (1829). Развитие деятельности проведения выставок/ярмарок в Европе. Эволюция в области торговых выставок/ярмарок. Типы европейских ярмарок. Развитие выставок в XX веке. Промышленные выставки в Петербурге, Москве и Нижнем Новгороде, их значение для экономического подъема в России в начале XX века. Изменение политической, демографической, экономической и технологической конъюнктуры в начале XX века и изменение характера торговых выставок и ярмарок. Тенденции и динамика развития выставочной и ярмарочной деятельности в современном мире. Современные международные выставочные центры.

Тема 3. Правовое регулирование выставочного дела

Законодательная и нормативно-правовая база выставочной деятельности. Особенности правовых норм участия в российских выставках. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации. Порядок участия российских организаций в выставках за рубежом. Парижская конвенция 1928 года о международных выставках. Соглашение с государствами-участниками СНГ "О

развитии выставочно-ярмарочной деятельности в Содружестве Независимых Государств" от 26.05.1995г. Таможенная конвенция о КАРНЕТЕ А.Т.А. для временного ввоза товаров (Брюссель, 06.12.1990г.). Конвенция о временном ввозе (Стамбул, 26.06.1990г.). Правила участия зарубежных компаний в выставках на территории РФ. Порядок обмена опытом выставочной деятельности. «Промышленный» шпионаж на выставках. Информационно- промышленное противоборство.

Тема 4. Маркетинг выставок и ярмарок

Выставка как инструмент маркетинговых исследований. Преимущества торговых ярмарок/выставок по сравнению с другими средствами маркетинговых коммуникаций. Место ярмарок/выставок в комплексе маркетинга: позиционирование организации-экспонента; изучение рыночных трендов, ценовой и покупательской политики; стимулирование продаж; исследование потребителей и конкурентов; поиск партнеров. Оценка экономической эффективности участия в выставке.

Тема 5. Рекламные и PR-технологии в выставочной деятельности

Выставки как инструмент рекламы, паблик рилейшнз. Сущность, цели и функции рекламной деятельности на выставках. Рекламные технологии на выставках. Формы, виды и средства рекламы на выставках и ярмарках. Имидж фирмы и его формирование на выставке. Паблик рилейшнз в процессе подготовки и проведения выставки. Подготовка и издание официального каталога выставки, буклетов и проспектов. Пресс- конференция для СМК до открытия выставки. Разработка и рассылка пресс- релизов. Презентация экспозиций. Проведение брифингов. Оценка эффективности рекламы на выставке.

Тема 6. Планирование участия в выставке

Фазы принятия решения об участии. Предпосылки и причины участия. Определение целей участия в выставке: установление контактов; совершения торговых сделок, презентация товаров; установления коммуникаций, сбыт товаров; исследование рынка; исследование товара; исследование рекламно- пропагандистской деятельности; исследование политики и методов коммуникации. Выбор подходящей ярмарки/выставки. Основные критерии оценки ярмарок/выставок: стоимость услуг, место проведения, динамика основных показателей ярмарки/выставки, происхождение и состав экспонентов по количеству и типу, происхождение и состав посетителей. Определение способа участия в ярмарке/выставке: самостоятельное участие, групповое участие (национальные павильоны). Факторы, определяющие способ участия в ярмарке/выставке. Определение стоимости участия в выставке. Составление сметы и ее основные статьи расходов. Спонсирование выставок. Привлечение инвестиций в выставочной деятельности.

Тема 7. Организация участия в выставке

Техника организации участия в ярмарке/выставке. Условия успешного участия в ярмарке/выставке. Разработка концепции выставки. Рабочий план подготовки и проведения выставки. Отбор персонала на выставку. Распределение функциональных обязанностей. Подготовка персонала, участвующему на выставке. Установление контактов с администрацией выставки. Документационное обеспечение участия в выставке. Разработка форм заявок, условий участия и договоров с участниками выставок. Экспонаты как одно из самых важных средств передачи коммерческого сообщения экспонента. Определение состава, количества и стоимости экспонатов. Принципы отбора экспонатов. Оценка факторов, влияющих на имидж экспонатов. Транспортировка экспонатов. Определение способа перевозки. Выбор упаковочных материалов для транспортировки. Подготовка грузовой и таможенной документации.

Определение стоимости перевозки. Организация стенда. Понятие стенда. Размеры стенда, факторы, влияющие на его размер: количество и вид экспонатов; ожидаемое количество посетителей; особые запросы экспонента; размеры и авторитет фирмы; размеры стендов конкурентов. Расположение стенда. Правила размещения стенда. Типы стендов: стенды, расположенные в закрытом помещении – линейный стенд, угловой стенд, «полуостров», «остров», «сквозной», «визави»; стенды на открытом воздухе. Проектирование стенда. Правила проектирования стенда. Творческие элементы оформления стенда. Цветовое оформление стенда. Факторы, определяющие выбор цветов. Цветовая гамма и ее влияние на психологическую реакцию посетителей и физиологические последствия. Освещение и его влияние на создание атмосферы стенда. Виды освещения и их характеристика: общее, специальное, широкого радиуса, плотного пучка. Графические и аудио-визуальные средства оформления стенда. Эффективность графических и пояснительных элементов оформления стенда в зависимости от их размеров, выражающих соотношение высоты их размещения и расстояния, с которого они могут быть замечены. Определение звуковых средств передачи информации.

Тема 8. Проведение выставки

Организация церемонии открытия выставки. Определение режима работы выставки. Действия персонала во время работы ярмарки/выставки. Работа на территории выставки и за ее пределами. Сбор информации, наблюдение за поведением конкурентов, пропаганда имиджа предприятия и т.д. Общение со СМИ. Организация пресс-конференции, интервью. Составление пресс-релиза. Обслуживание посетителей выставки. Определение и оценка первичных и вторичных потребностей посетителей. Типы посетителей с точки зрения их поведения и работа с ними: рационалисты, «фланеры», неуверенные в себе, своевластные, нервозные, новаторы, консерваторы, случайные, «туристы», «воображалы», «проспектоеды», застенчивые, «франты», «грубияны», «шпионы». Посетители промышленных выставок и ярмарок, их типы и характеристика: активные, целеустремленные, случайные, реалисты. Показ экспонатов и способы их демонстрации. Деловые встречи дирекции, организация переговоров, подписание договоров. Коммуникация с посетителями. Факторы успеха коммуникации. Требования к коммуникациям на стенде. Принципы правильной коммуникации с посетителями. Устное мастерство. Культура и техника речи. Подготовка тезисов и конспекта выступления персонала, работающего на стенде. Особенности приемов рассказа и ответов на вопросы на стенде. Разработка бюллетеня посетителя. Организация смотров-конкурсов, дегустаций, награждение участников выставки и экспонентов. Закрытие выставки. Типовые ошибки при проведении выставки.

Тема 9. Послевыставочная работа

Анализ контактов и информации, полученной от посетителей и конкурентов; оценка замечаний, реакций и общей критики со стороны посетителей. Подготовка отчетов. Выбор перспективных клиентов. Заключение послевыставочных контактов. Подведение итогов. Методы оценки эффективности участия в выставке. Предварительное решение на участие в следующей выставке.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:
метод проблемного изложения, фронтальные и комбинированные опросы;

– при проведении занятий семинарского типа:

- подготовка эссе;
- проведение диспута;
- решение ситуаций.

Зачет с оценкой проводится в письменной форме в виде ответа на вопросы и защиты проекта по обоснованию выбора и участия предприятия СКС в выставке.

Основная литература:

1 Докашенко Л.В. Экономика и организация конгрессно-выставочной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ 2015 http://www.iprbookshop.ru/54176

2 Стровский Л.Е., Фролова Е.Д., Стровски Д.Л. Основы выставочно-ярмарочной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие. ЮНИТИ-ДАНА, 2012. http://www.iprbookshop.ru/16424