

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт государственной службы и управления

Кафедра общественных связей и медиаполитики

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры общественных связей
и медиаполитики

Протокол от «27» июня 2017 г. № 11

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.13 Выставочный коммуникационный менеджмент

(индекс, наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)

ВКМ

(краткое наименование дисциплины)

38.04.04 Государственное и муниципальное управление

(код, наименование направления подготовки)

Общественные связи и медиаполитика

(направленность (профиль))

магистр

(квалификация)

Очная, очно-заочная, заочная

(форма обучения)

Год набора - 2017

Москва, 2017 г.

Автор–составитель:

Доктор исторических наук, профессор Назаров А.Д..

Заведующий кафедрой:

И.О. заведующего кафедрой общественных связей и медиаполитики, доктор социологических наук, профессор Шарков Ф.И.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО.....	5
3. Содержание и структура дисциплины.....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	9
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	15
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	17
6.1. Основная литература	17
6.2. Дополнительная литература	17
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	17
6.4. Нормативные правовые документы	17
6.5. Интернет-ресурсы	18
6.6. Иные источники	19
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	19

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ОД.13 Выставочный коммуникационный менеджмент обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-3	способностью планировать и организовывать работу органа публичной власти, разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти, осуществлять распределение функций, полномочий и ответственности между исполнителями	ПК-3.2 .	Способность разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти, его пресс-службы или отделу по связям с общественностью и осуществлять распределение функций, полномочий и ответственности между исполнителями, а также владение навыками проведения выставочной, конгрессной деятельности в рамках своей профессиональной деятельности

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
-	ПК-3.2	на уровне знаний: самостоятельно описывает организационную структуру и функции подразделений органа публичной власти – пресс службу и отдел по связям с общественностью
		на уровне умений: способен на практике применить навыки распределения функций и ответственности между исполнителями, в том числе, при проведении конгрессов, выставок и ярмарок в рамках профессиональной деятельности
		на уровне навыков: способен оценить соответствие (адекватности) действующей или проектируемой организационной структуры публичного органа, его стратегии, целям и

		задачам, а также внутренним и внешним условиям деятельности
--	--	---

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Общая трудоемкость Б1.В.ОД.13 Выставочный коммуникационный менеджмент составляет 3 зачётные единицы, 108 часов.

По очной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем составляет 36 часов: лекции – 10 часов, практические занятия – 26 часов, самостоятельная работа составляет 72 часа.

По очно-заочной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем составляет 18 часов: лекции – 4 часов, практические занятия – 14 часов, самостоятельная работа составляет 90 часа.

По заочной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем составляет 12 часов: лекции – 4 часов, практические занятия – 8 часов, самостоятельная работа составляет 92 часа.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Б1.В.ОД.13 Выставочный коммуникационный менеджмент предусмотрена на 3 семестре для очной и заочной, на 4 семестре для очно-заочной форм обучения.

Дисциплина Б1.В.ОД.13 Выставочный коммуникационный менеджмент входит в вариативную часть.

В содержательном плане дисциплина опирается на освоение обучающимися Б1.В.ОД.4 Теория и практика связей с общественностью (1 семестр очная форма, 2 семестр очно-заочная, 1-2 семестры заочная форма обучения).

Достижение планируемых результатов обучения служит основой для Б1.В.ДВ.7.1 Коммуникационный консалтинг и Б1.В.ДВ.7.1 Управленческое консультирование (3 семестр для очной, 4 семестр для очно-заочной и заочной форм обучения).

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет.

3. Содержание и структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины, час.					Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
1	Тема 1. Выставки - зеркало экономической и социальной политики государства.	18	2		4		12	О
2	Тема 2. Терминология и классификация выставочной деятельности Инфраструктура выставочной деятельности	18	2		4		12	О
3	Тема 3. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга	24	2		6		16	О

4	Тема 4. Выставочный менеджмент – управление выставочной деятельностью	24	2		6		16	О
5	Тема 5. Основы деятельности крупнейших выставочно-ярмарочного комплексов России, Европы и Америки.	24	2		6		16	О,Р
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		108	10		26		72	

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины, час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
1	Тема 1. Выставки - зеркало экономической и социальной политики государства.	20			2		18	О
2	Тема 2. Терминология и классификация выставочной деятельности Инфраструктура выставочной деятельности	22			4		18	О
3	Тема 3. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга	22	2		2		18	О
4	Тема 4. Выставочный менеджмент – управление выставочной деятельностью	22	2		2		18	О
5	Тема 5. Основы деятельности крупнейших выставочно-ярмарочного комплексов России, Европы и Америки.	22			4		18	О,Р
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		108	4		14		90	

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины, час.					Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
1	Тема 1. Выставки - зеркало экономической и социальной политики государства.	20			2		18	О
2	Тема 2. Терминология и классификация выставочной деятельности Инфраструктура выставочной деятельности	22			2		20	О
3	Тема 3. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга	20	2				18	О
4	Тема 4. Выставочный менеджмент – управление выставочной деятельностью	22	2		2		18	О
5	Тема 5. Основы деятельности крупнейших выставочно-ярмарочного комплексов России, Европы и Америки.	20			2		18	О,Р
Промежуточная аттестация		4						Зачет
Всего:		108	4		8		92	

Примечание:

* – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), реферат (Р)

** - формы промежуточной аттестации: зачет с оценкой (ЗаО).

Содержание дисциплины

Тема 1. Выставки - зеркало экономической и социальной политики государства.

Взаимосвязь экономического положения в России и выставочно-ярмарочной деятельности (ВЯД). Выставочная деятельность с позиций государства и предпринимателей. Превращение выставочной деятельности в серьезный бизнес. Главная направленность ВЯД в России. Выставочный бум в России. Недостаточный уровень теоретической и практической подготовки управленческих кадров в сфере ВЯД. Требования рекруторов к управленческому персоналу, связанные с необходимостью знаний сферы ВЯД. Понятие выставочно-конгрессной деятельности.

Концепция развития выставочной деятельности Российской Федерации.

Региональная выставочная политика. Нерешенность законодательного оформления ВЯД. Состояние разработки Федерального закона о ВЯД. Необходимость создания равных конкурентных условий субъектам ВЯД. Развитие материально-технической базы ВЯД. Проблемы таможенного контроля и оформления товаров, ввозимых (вывозимых) при осуществлении ВЯД.

Совершенствование правового регулирования в области прав и объектов интеллектуальной собственности и иных результатов интеллектуальной деятельности в части, касающейся ВЯД. Создание интегрированной информационной системы в сфере ВЯД. Вопросы повышения экономической эффективности ВЯД. Институционные и организационные основы ВЯД. Формы государственной поддержки ВЯД. Интеграция РФ в международное выставочное сообщество.

Тема 2. Терминология и классификация выставочной деятельности Инфраструктура выставочной деятельности

Терминология выставок. Международная и национальная классификация выставок. География и сроки проведения выставок. Размещение выставок. Размеры выставочных площадей. Стоимости выставочных площадей.

Новые формы проведения выставок. Понятие отельных выставочно-конгрессных центров. Понятие инфраструктуры выставочной деятельности.

Структуры, координирующие выставочную деятельность. Международная ассоциация выставочной индустрии (Союз международных ярмарок - УФИ). Международный союз выставок и ярмарок. Деятельность Межгосударственного Совета по выставочно-ярмарочной деятельности. Роль системы торгово-промышленных палат России в координации выставочной деятельности.

Ведущие выставочные организации России. Иностранные выставочные организации на российском рынке..

Тема 3. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга

Участие в выставке - составная часть средств маркетинга. Осуществление в ходе выставки коммуникативной, ценообразовательной, сбытовой и товарной политики предприятия. Многофункциональное значение ВЯД.

Предпринимательские цели в рамках среднесрочного планирования на фирме - исходный пункт концепции целенаправленного участия в выставке среди инструментов маркетинга. Первостепенные цели участия в выставке. Коммуникативные, ценообразовательные цели, цели распределения и товарной политики, реализуемые в ходе выставки.

Критерии выбора выставок в системе маркетинга. Поэтапный анализ выбора: основные критерии выбора. Окончательный выбор выставки как результат совпадения целей маркетинга и открывающихся возможностей участия в выставке.

Тема 4. Выставочный менеджмент – управление выставочной деятельностью

Составление бюджета. Некоторые особенности бухгалтерского и налогового учета у фирм, организующих выставки. Особенности бухгалтерского и налогового учета затрат у фирм, участвующих в выставках. Стоимость участия в выставке. Составление бюджета. Оценка требуемой площади стенда.

Характеристики рисков. Риски первого приоритета. Риски второго приоритета. Риски третьего приоритета. Степень влияния рисков. Пути снижения выставочного риска. Диверсификация как метод снижения риска. Страхование. Создание резерва.

Этапы организационного процесса: подготовка, работа во время выставки, обработка результатов переговоров и выполнение принятых обязательств (договоренностей). Планирование сроков выполнения работ. Формы участия в

выставке. Роль выставочного менеджера при подготовке к выставке. Выбор выставочного стенда. Определение его размеров. Выбор экспонатов и выставочной программы. Документы об участии в выставке. Предложения сервисных услуг экспоненту. Каталог и информационные системы. Условия участия в выставке. Бюджет участия. Страхование. Транспортировка и хранение. Приезд, пребывание на выставке, отъезд. Требования техники безопасности, защиты окружающей среды. Оценка эффективности участия.

Тема 5. Основы деятельности крупнейших выставочно-ярмарочного комплексов России, Европы и Америки

Современное положение в выставочной отрасли России.

Историко-экономическое становление деятельности ВСХВ-ВДНХ-ВВЦ.

Базовые выставочные центры Москвы: ЗАО «Экспоцентр», Культурно-выставочный центр «Сокольники», Российский научно-информационный выставочный центр по архитектуре и строительству АО «Росстройэкспо». Их краткие историко-экономические характеристики, структура, важнейшие выставки, прогнозы развития.

Другие важнейшие московские выставочные центры: Центральный выставочный зал «Манеж», Московский государственный выставочный зал, «Новый Манеж», Московский Гостиный Двор, Центр международной торговли и научно-технических связей с зарубежными странами (АО «Совинцентр»), Центральный дом художника. Центральный дом туриста, «Крокус ЭКСПО». Их структура, тематическая направленность, перспективы развития.

Роль крупнейших спортивно-зрелищных комплексов Москвы «Олимпийский», «Лужники», «Динамо» для проведения выставочной деятельности.

Выставочно-конгрессная деятельность в Москве. «Визитные карточки» конгрессных центров Москвы. Их характеристики, направление деятельности.

Структуры федеральных ведомств и Правительства Москвы, участвующих в организации выставок в Москве. Главные организаторы выставок в Москве. Представительства зарубежных выставок. Ведущие компании выставочного сервиса.

Территориальное распределение выставок, тематика выставок, выставочные комплексы и предоставляемые ими сервисные услуги. Рейтинга выставочной активности.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.Б.4 Социально-политические и экономические учения используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1.	Выставки - зеркало экономической и социальной политики государства.	опрос
Тема 2.	Терминология и классификация выставочной деятельности Инфраструктура выставочной деятельности	опрос
Тема 3.	Выставочная деятельность как инструмент маркетинга	опрос
Тема 4.	Выставочный менеджмент – управление выставочной деятельностью	опрос
Тема 5	Основы деятельности крупнейших выставочно-ярмарочного комплексов	опрос,

	России, Европы и Америки.	реферат
--	---------------------------	---------

4.1.2. Зачет проводится с применением следующих методов (средств): в устной форме по вопросам.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Преподаватель оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия,
- выступление с докладами по вопросам к опросам,
- участие в обсуждении докладов.

Критерии оценивания доклада:

- степень усвоения понятий и категорий по теме;
- умение работать с документальными и литературными источниками;
- грамотность изложения материала;
- самостоятельность работы, наличие собственной обоснованной позиции.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы 70% из 100% (70 баллов из 100) - вклад по результатам посещаемости занятий, активности на занятиях, выступления с докладами, участия в обсуждениях докладов других обучающихся, ответов на вопросы преподавателя в ходе занятия, защита реферата.

Детализация баллов и критерии оценки текущего контроля успеваемости утверждается на заседании кафедры.

Вопросы темы для подготовки к опросам (темы докладов):

Тема 1. Выставки - зеркало экономической и социальной политики государства.

1. Взаимосвязь экономического положения в России и выставочно-ярмарочной деятельности (ВЯД).
2. Выставочная деятельность с позиций государства и предпринимателей.
3. Главная направленность ВЯД в России.
4. Выставочный бум в России.
5. Требования к управленческому персоналу, связанные с необходимостью знаний сферы ВЯД.
6. Понятие выставочно-конгрессной деятельности.

Тема 2. Терминология и классификация выставочной деятельности Инфраструктура выставочной деятельности

1. Терминология выставок.
2. Международная и национальная классификация выставок.
3. География и сроки проведения выставок.
4. Размещение выставок.
5. Размеры выставочных площадей.
6. Стоимости выставочных площадей.
7. Новые формы проведения выставок.
8. Понятие отельных выставочно-конгрессных центров.
9. Понятие инфраструктуры выставочной деятельности.
10. Структуры, координирующие выставочную деятельность.
11. Международная ассоциация выставочной индустрии (Союз международных ярмарок - УФИ).
12. Международный союз выставок и ярмарок.
13. Деятельность Межгосударственного Совета по выставочно-ярмарочной

деятельности.

14. Роль системы торгово-промышленных палат России в координации выставочной деятельности.
15. Ведущие выставочные организации России. Иностранные выставочные организации на российском рынке..

Тема 3. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга

1. Участие в выставке - составная часть средств маркетинга.
2. Осуществление в ходе выставки коммуникативной, ценообразовательной, сбытовой и товарной политики предприятия. Многофункциональное значение ВЯД.
3. Предпринимательские цели в рамках среднесрочного планирования на фирме - исходный пункт концепции целенаправленного участия в выставке среди инструментов маркетинга.
4. Первостепенные цели участия в выставке. Коммуникативные, ценообразовательные цели, цели распределения и товарной политики, реализуемые в ходе выставки.
5. Критерии выбора выставок в системе маркетинга. Поэтапный анализ выбора: основные критерии выбора. Окончательный выбор выставки как результат совпадения целей маркетинга и открывающихся возможностей участия в выставке.

Тема 4. Выставочный менеджмент – управление выставочной деятельностью

1. Оценка выставочного потенциала Москвы.
2. Экономический эффект выставок для Москвы.
3. Концепция выставочной деятельности и схема размещения выставочно-ярмарочных комплексов в Москве.
4. Регулирование ВЯД в Москве на государственном, межрегиональном и региональном уровнях.
5. Важнейшие приоритеты ВЯД в Москве.
6. Структуры, координирующие ВЯД в Москве.
7. Основные выставочно-ярмарочные комплексы и центры Москвы.
8. Участие предприятий Москвы в международной и межрегиональной ВЯД.
9. Финансирование ВЯД.».

Тема 5. Основы деятельности крупнейших выставочно-ярмарочного комплексов России, Европы и Америки

1. Структуры федеральных ведомств и Правительства Москвы, участвующих в организации выставок в Москве.
2. Представительства зарубежных выставок. Ведущие компании выставочного сервиса.
3. Территориальное распределение выставок, тематика выставок, выставочные комплексы и предоставляемые ими сервисные услуги.
4. Рейтинги выставочной активности.
5. Характеристики выставочной деятельности в федеральных округах, в их главных экономических центрах. Ведущие выставочные центры в этих экономических центрах (городах).
6. Направленность тематики региональных выставок, обусловленная экономическим развитием регионов. Организаторы выставок. Роль администраций регионов в развитии ВЯД.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе

освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-3	способностью планировать и организовывать работу органа публичной власти, разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти, осуществлять распределение функций, полномочий и ответственности между исполнителями	ПК-3.2	Способность разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти, его пресс-службы или отделу по связям с общественностью и осуществлять распределение функций, полномочий и ответственности между исполнителями, а также владение навыками проведения выставочной, конгрессной деятельности в рамках своей профессиональной деятельности

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
2 этап (ПК-3.2) Способность разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти, его пресс-службы или отделу по связям с общественностью и осуществлять распределение функций, полномочий и ответственности между исполнителями, а также владение навыками проведения	Самостоятельно, описывать организационную структуру и функции подразделений органа публичной власти – пресс службу и отдел по связям с общественностью. Способность на практике применить навыки распределения функций и ответственности между исполнителями, в том числе, при проведении конгрессов, выставок и ярмарок в рамках профессиональной деятельности Способность оценить соответствие (адекватности) действующей/проектируемой организационной структуры публичного органа, его стратегии, целям и задачам, а также внутренним и внешним условиям деятельности	Самостоятельно, описывает организационную структуру и функции подразделений органа публичной власти – пресс службу и отдел по связям с общественностью. Способен на практике применить навыки распределения функций и ответственности между исполнителями, в том числе, при проведении конгрессов, выставок и ярмарок в рамках профессиональной деятельности Способен оценить соответствие (адекватности) действующей/проектируемой организационной структуры публичного органа, его стратегии, целям и задачам, а также внутренним и внешним условиям деятельности

выставочной, конгрессной деятельности в рамках своей профессиональной деятельности.		
---	--	--

4.3.2 Типовые оценочные средства

Вопросы к зачету

1. Место выставок и ярмарок в системе маркетинговых коммуникаций.
2. Основные понятия выставочной деятельности.
3. Основные международные и российские законодательные акты, регулирующие отношения в выставочной деятельности.
4. Участие в выставочной деятельности иностранных лиц.
9. Правовое регулирование рекламы выставочного продукта на радио и ТВ.
13. Особенности рекламы выставочного продукта в периодических печатных изданиях.
14. Реклама выставок в кино (продакт плейсмент).
15. Правовое регулирование использования скрытой рекламы в выставочных экспозициях.
16. Особенности рекламы выставок на транспортных средствах и почтовых отправлениях.
17. Правовое регулирование ярмарочной деятельности.
18. Права и взаимные обязанности организаторов выставок и посетителей.
21. Условия заключения договоров между субъектами выставочной деятельности.
22. Условия прекращения договоров между субъектами выставочного процесса.
23. Полномочия антимонопольных органов в регулировании выставочной деятельности.
24. Сущность контррекламы в выставочной деятельности.
25. Гражданско-правовая ответственность юридических лиц за нарушение законодательства о рекламе.
26. Регулирование выставочной деятельности отраслевым российским законодательством.
27. Роль исполнительных органов в регулировании отношений в выставочной деятельности.
28. Общественные органы саморегулирования в выставочной деятельности.

Шкала оценивания.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы: 30% из 100% (или 30 баллов из 100) - вклад в итоговую оценку по результатам промежуточной аттестации.

При оценивании ответа обучающегося в ходе промежуточной аттестации можно опираться на следующие критерии:

Баллы	Критерий оценки
26-30	Обучающийся показывает высокий уровень компетентности, знания программного материала, учебной, периодической и монографической литературы, законодательства и практики его применения, раскрывает не только основные понятия, но и анализирует их с точки зрения различных авторов. Обучающийся показывает не только высокий уровень теоретических знаний, но и видит междисциплинарные связи. Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком четко излагает материал, аргументированно формулирует выводы. Знает в рамках требований к направлению и профилю подготовки законодательно-нормативную и практическую базу. На вопросы

	отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.
16-25	Обучающийся показывает достаточный уровень компетентности, знания материалов занятий, учебной и методической литературы, законодательства и практики его применения. Уверенно и профессионально, грамотным языком, ясно, четко и понятно излагает состояние и суть вопроса. Знает нормативно-законодательную и практическую базу, но при ответе допускает несущественные погрешности. Обучающийся показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление: о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информативный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы не вызывают существенных затруднений.
6-15	Обучающийся показывает достаточные знания материалов занятий, но при ответе отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. На поставленные членами комиссии вопросы отвечает неуверенно, допускает погрешности. Обучающийся владеет практическими навыками, привлекает иллюстративный материал, но чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает недостаточно глубокие знания.
0-5	Обучающийся показывает слабые знания материалов занятий, учебной литературы, законодательства и практики его применения, низкий уровень компетентности, неуверенное изложение вопроса. Обучающийся показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на вопросы или затрудняется с ответом.

Шкала перевода из многобалльной системы в традиционную:

- обучающемуся выставляется оценка «неудовлетворительно» если обучающийся набрал менее 50 баллов,
- оценка «удовлетворительно» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 50 до 65 баллов;
- оценка «хорошо» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 66 до 75 баллов;
- оценка «отлично» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 76 до 100 баллов.

100 баллов выставляется при условии выполнения всех требований, а также при обязательном проявлении творческого отношения к предмету, умении находить оригинальные, не содержащиеся в учебниках ответы, умении работать с источниками, которые содержатся дополнительной литературе к курсу, умении соединять знания, полученные в данном курсе со знаниями других дисциплин.

4.4. Методические материалы

Устный опрос является одним из основных способов проверки усвоения знаний обучающимися. Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на определенную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях. Основные критерии оценки устного ответа: правильность ответа по содержанию; полнота и глубина ответа; логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный

рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией); использование дополнительного материала.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания по самостоятельной подготовки к занятиям лекционного, практического (семинарского) типа:

Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с Интернет-источниками (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

Вопросы для самостоятельной подготовки (самопроверки):

1. Что входит в понятие инфраструктуры выставочной деятельности?
2. Какие структуры координируют выставочную деятельность в России международных рамках?
3. Кто входит в понятие участников выставочной деятельности?
4. Какова роль государства в выставочной деятельности (в России, рубежом)?
5. Как отражается экономическое положение в стране на развитии выставочной деятельности?
6. Какие общие требования предъявляются к международным выставочным центрам?
7. Каков предмет Парижской конвенции о международных выставках?
8. Какие выставки явились предшественниками Всемирных выставок «ЭКСПО»?
9. Чем обусловлена разработка Концепции развития выставочной деятельности в Москве?
10. Каковы особенности Концепции развития выставочной деятельности Российской Федерации?
11. Какие приняты международные соглашения в области выставочной деятельности?
12. Каков вклад выставочно-ярмарочной деятельности в экономику городов?
13. Какие таможенные решения выставочных вопросов известны в России на международном уровне?
14. В чем заключается взаимосвязь туристической и выставочной деятельности?
15. В каких странах находятся крупнейшие мировые центры выставок конгрессов?
16. В чем особенность выставочной деятельности в регионах России?
17. В чем смысл сопровождения выставочной деятельности конгрессами, конференциями?
18. Какие выставочно-конгрессные центры России являются основными?
19. Какие основные характеристики выставочной деятельности в странах СНГ и Балтии?
20. Где размещены крупнейшие выставочные территории Европы?
21. Какие выставочные территории мира входят в число крупнейших?
22. В чем особенности выставочной деятельности в США, Канаде и Мексике?
23. Почему выставочная деятельность является инструментом маркетинга?
24. В чем роль выставочной деятельности при выработке стратегии фирмы?
25. Как связаны выставочная и рекламная деятельность?
26. Что входит в основные правила успешного проведения выставки?
27. Что такое выставочные услуги?
28. Какое значение приобретают отели для выставочно-конгрессной деятельности?
29. Как формируется целевая направленность выставочной деятельности?
30. Как определяются цели участия фирмы в выставке?
31. Какова структура затрат экспонента?

32. Как определить затраты организатора выставки?
33. Какая дизайнерская работа нужна при подготовке участия фирмы в выставке?
34. Почему выставочный стенд - лицо фирмы?
35. Каким требованиям должен отвечать менеджер выставочной деятельности?
36. В чем заключаются обязанности персонала на стенде при проведении выставки?
37. Зачем нужны пресс-релизы в выставочной деятельности?
38. Каковы основные элементы взаимоотношений экспонента и его клиента на выставке?
39. Как экспонент должен работать с посетителями?
40. Как осуществляется формирование экспозиции на стенде?
41. Какие формы проведения выставок известны?
42. Как планируется экспонентом рекламная и информационная работа?
43. Какие новые формы участия в выставках появились в последние десятилетия?
44. Какие требования предъявляются к выставочному персоналу?
45. Какие западные выставочные фирмы доминируют на российском рынке?
46. Какие главные туристические выставки в мире?
47. Как рассчитать размеры стенда на коммерческой выставке?
48. Зачем нужна пресс-конференция в выставочной деятельности?

Методические указания по подготовке докладов:

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-ресурсов.

Обучающийся готовит доклад в форме устного сообщения по теме дисциплины.

Предлагается следующая структура доклада:

1. Введение:

- указывается тема и цель доклада;
- обозначается проблемное поле, тематические разделы доклада.

2. Основное содержание доклада:

- последовательно раскрываются тематические разделы доклада.

3. Заключение:

- приводятся основные результаты и суждения автора по поводу путей возможного решения рассмотренной проблемы, которые могут быть оформлены в виде рекомендаций.

Методические указания по написанию реферата:

Реферат является самостоятельной практической работой обучающихся. Он призван определить степень освоения студентом знаний и навыков, полученных им в процессе изучения дисциплины.

Текст работы должен быть написан в научном стиле. Оформление текста также должно быть выполнено грамотно. Следует избегать пустых пространств и, тем более, страниц. На все таблицы, рисунки и диаграммы делаются ссылки в тексте.

Работа выполняется в формате А4. Шрифт – TimesNewRoman. Основной текст работы набирается 14-м шрифтом через 1,5 интервала, выравнивание по ширине, межбуквенный интервал «Обычный», красная строка 1,25 см. Автоматически расставляются переносы. Поля: верхнее 2,0 см, нижнее 2,0 см, левое 3 см, правое 1 см. Промежутки между абзацами отсутствуют. Введение, главы, заключение, список литературы и приложения форматируются как заголовки первого уровня и начинаются каждый с новой страницы. Подразделы глав с новой страницы не начинаются.

Сноски делаются внизу страницы. Таблицы и рисунки нумеруются отдельно. Номер включает номер главы и номер рисунка/таблицы в данной главе.

Страницы работы должны быть пронумерованы. Нумерация начинается со страницы с оглавлением, на которой ставится цифра «2» и далее – по порядку. Окончание

нумерации приходится на последний лист списка литературы. Номер ставится внизу страницы справа. На страницах с приложениями номера не ставятся, и в оглавление они не выносятся. В оглавлении указывается только номер первого листа первого приложения. Объем реферата 7-15 стр.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Шарков Ф.И. Выставочный коммуникационный менеджмент. – М., Альфа-Пресс, 2013.
2. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR – СПб., 2012.
3. Коммуникационный менеджмент. Этика и культура управления : учебное пособие / Т. Ю. Анопченко [и др.]. - Ростов н/Д : Феникс, 2012.

6.2. Дополнительная литература

1. Гусев Э.Б., Прокудин В.А., Салащенко А.Т. Основы выставочной деятельности. Учебное пособие. – М., Изд-во Рос. экон. акад., 2003. ЗАКУПИТЬ 10 шт.
2. Назаров А.Д, Актуальные проблемы модернизации выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности как инструмента развития деловых коммуникаций в современной России// Коммуникология. 2014. Т 6. №4.
3. Орлов А. С. Введение в коммуникационный менеджмент : учебное пособие / Орлов, Александр Сергеевич. - М. : Гардарики, 2005.
4. Симонов К. будущее российских выставок в контексте текущих макроэкономических трендов: предположения и прогнозы // Экспо Ведомости. – 2014. - № 1.
5. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие : рекомендовано УМО вузов России... по специальности "Связи с общественностью" - М. : Дашков и К ; Изд-во Шаркова, 2011.
6. Шарков Ф. И. Социальная коммуникация: истоки и парадигмы : лекция / Шарков, Феликс Изосимович ; РАГС при Президенте РФ.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Агапов, В.С. Социально-психологические детерминанты креативной компетентности студентов : монография / Агапов, Валерий Сергеевич, Давлетова, Рада Уеловна. - М. : Макеев Игорь Вячеславович, 2016. - 163 с.
2. Модель позиционного обучения студентов [Электронный ресурс]: теоретические основы и методические рекомендации/ И.Б. Шиян [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский городской педагогический университет, 2012.— 152 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/27375.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Образовательные инновации и практики карьеры: сборник методических материалов и статей / РАНХиГС при Президенте РФ. - М. : Дело, 2015. - 192 с.
4. Психология адаптации и социальная среда. Современные подходы, проблемы, перспективы [Электронный ресурс]/ Л.Г. Дикая [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Пер Сэ, 2007.— 624 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/7431.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Социально-психологические аспекты формирования культуры самообучающейся организации / А. Я. Николаев [и др.] // Вопросы психологии. - 2014. - № 6. - С. 44-52.

6.4. Нормативные правовые документы

1. Государственная программа РФ «Развитие внешнеэкономической деятельности»: Утверждена распоряжением Правительства РФ от 18 марта 2013 г. № 338-р. – М., 2013.
2. Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения. ГОСТ Р 53103-2008». – М.: Стандартиформ, 2009.
3. Конгрессная деятельность. Термины и определения. ГОСТ Р 53524-2009. – М.: Стандартиформ, 2010.
4. Концепция развития законодательства РФ на период до 2012 года. – М.: ТПП РФ, 2010.
5. Парламентские слушания «Правовые основы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности как механизма повышения конкурентоспособности и продвижения отечественных товаров и услуг на внутренний и внешний рынки» (19 февраля 2014 г., Москва). – М.: Совет Федерации РФ, 2014.
6. Материалы анкетирования экспертного сообщества для Парламентских слушаний в Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации по вопросу «Правовые основы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности как механизма повышения конкурентоспособности и продвижения отечественных товаров и услуг на внутренний и внешний рынки». – М.: ТПП РФ, 2014.
- 7.: Конгресс-бюро Москвы: основная задача – изучение рынка конгрессных услуг столицы // Экспо Ведомости. – 2014. - № 1.
8. Парламентские слушания: проблемы выставочной индустрии будут решаться на государственном уровне // Экспо Ведомости. – 2014. - № 1.
9. Рекомендации парламентских слушаний «Правовые основы выставочно-ярмарочной деятельности как механизма повышения конкурентоспособности и продвижения отечественных товаров и услуг на внутренний и внешний рынки» // Экспо Ведомости. – 2014. - № 2-3.

6.5. Интернет-ресурсы

1. Информационно-правовая база "Консультант Плюс" – <http://www.consultant.ru>
2. Информационно-правовая база "Гарант Сервис" – <http://www.garant.ru>
3. Организация Объединенных Наций – <http://www.un.org/russian/>
4. Каталог документов по международному праву – <http://list.ru/catalog/11415.html>
5. Права человека в международном праве – <http://www.hrw.org/mssian/>
6. Официальный сайт Европейского Союза (на всех официальных языках) - www.europa.eu.int
7. Официальный сайт Организации по безопасности и сотрудничеству в Европе - www.osce.org/ru
8. Официальный сайт Международного Комитета Красного Креста - www.icrc.org
9. Раздел официального сайта ООН, посвященный международному праву - <http://www.un.org/ru/law/>
10. Сайт Министерства иностранных дел РФ - <http://www.mid.ru>
11. <http://www.government.gov.ru> – Официальный сайт Правительства РФ.
12. Послания Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации - <http://www.kremlin.ru/events>
13. Российская газета - <http://www.rg.ru/>
14. Журнал «Россия в глобальной политике» <http://www.globalaffairs.ru/>
15. Журнал «Международная жизнь» <http://www.interaffairs.ru/>
16. Журнал «Вестник международных организаций» <http://www.iorj.hse.ru/>
17. Журнал Корпорации РЭНД (The RAND Corporation) <http://www.rand.org/>
18. Журнал Совета по международным отношениям (Council on Foreign Relations) <http://www.cfr.org/>

19. Журнал Форума глобальной политики (Global Policy Forum) <http://www.globalpolicy.org/>
20. Журнал Королевского института международных отношений (The Royal Institute of International Affairs) <http://www.chathamhouse.org/>
21. Право международной торговли <http://www.miripravo.ru/>
22. Информационный сервер «Терроризм» <http://www.infa.ru/map/terror/index.html>
23. Портал по законодательству Европейского Союза <http://europa.eu.int/eur-lex>.

6.6. Иные источники

<http://blog.expomap.ru/tag/vyistavochnyi-marketing> - Портал Expomap.Ru – все о выставках
<http://www.uefexpo.ru/?id=69304> – Российский союз выставок и ярмарок
<http://www.axisexpo.ru/about/production/> - Компания «Axis Expo»
<http://consef.ru/main.mhtml?Part=33> - Компания «Консэф»
<http://www.crocus-expo.ru/> - выставочный комплекс Крокус-Экспо
<http://vdmh.ru/> - ВДНХ
<http://www.expocentr.ru/> - Экспоцентр

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 LTSB 1607, Microsoft Office Professional 2016.

Информационные справочные системы: Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: www.nns.ru; Российская государственная библиотека. URL: www.rsl.ru; Российская национальная библиотека. URL: www.nnir.ru; Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.