АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.06.01.06 ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ВЫСТАВОЧНЫХ ПРОЕКТОВ

Автор: И.В.Гончарова, заведующая кафедрой Менеджмента в индустрии гостеприимства, к.э.н., доцент

Код и наименование направления подготовки, профиля: 43.03.01 – Сервис
направленность (профиль) "Управление мероприятиями"

Квалификация (степень) выпускника: Бакалавр
Форма обучения: Очная

Цель освоения дисциплины: сформировать способность к использованию в профессиональной деятельности навыков планирования, проектирования, организации и проведения выставок и презентаций

План курса:

Тема 1. Технологии проведения выставок и презентаций как предмет изучения. Выставки и презентации: понятие, специфика и функции.

Актуализация технологических проблем организации выставок и презентаций в начале XX1 века. Понятие «технология» в контексте выставочного дела и организации презентаций. Предмет дисциплины «Формирование выставочного пространства», его специфика. Технологии проведения выставок и презентаций как междисциплинарная область знания. Связь с социально-гуманитарными и прикладными культурологическими дисциплинами. Выставка как специфическое коммуникативное пространство. Основные субъекты – участники выставки и презентации. Понятие «выставка», его формирование и развитие. Понятие «Презентация», его полифункциональность в современной культуре. Основные социально-культурные функции выставок и презентаций.

Тема 2. История развития выставочного дела за рубежом и в России. Типология выставок и презентаций.

Основные этапы истории выставочного дела и их социокультурная обусловленность. Усложнение характера и масштаба выставок, изменение принципов и форм их организации в ходе исторического развития. Первые коллекции в античном обществе, их история и содержание. Интерес к выставкам и повышение их значимости в эпоху Возрождения. Обусловленность зарождения выставочного дела становлением исторического сознания. Появление коммерческих и торговых выставок в Новое время. Развитие национальных рынков как основа появления общенациональных торгово-промышленных выставок. Исторические музеи и выставки в России, причины их появления, этапы развития, основные достижения. Художественные выставки в России, общая характеристика и основные этапы. Специфика Передвижных художественных выставок в России второй половины 19 века. XX век: роль и особенности международных специализированных торговых выставок. Характер и многообразие типов выставок и презентаций XX века. Принципы классификации выставок и презентаций. Выставки стационарные, передвижные, выездные, их связь и различия. Проблема периодичности проведения выставок. Выставки ежегодные, сезонные, однократные. Состав участников выставки. Выставки профессиональные и любительские, районные, муниципальные, междугородние, региональные и межрегиональные, национальные, международные.

Основные сферы охвата выставочного дела и презентаций: художественные, промышленные, сельскохозяйственные, туристские научные. Понятие «характер экспонатов». Выставки исторические, литературные, учебно-методические, комплексносмешанные. Отличия выставок и презентаций.

Тема 3. Презентации и их формы. Дизайн-проектирование выставки и презентации.

Понятие презентации. Презентация как специфическая форма деловой и профессиональной коммуникации. Роль презентаций в современном деловом мире. Имидж фирмы как цель презентации. Связь презентации и рекламной деятельности. Основные формы презентаций. Специфика мультимедийной презентации: минипрезентация, представительский диск, презентация инвестиционного проекта, юбилейный диск, электронный каталог, электронный доклад, электронный отчет, CD-визитка, промо-игра и др.). Понятие дизайна в современной культуре, многообразие его форм и направлений. Дизайн как техническое проектирование, его возможности в конструировании пространства выставки и презентации. Принципы выделения приоритетов в дизайне выставки. Основные функции дизайна: создание общего стиля выставки и специфики ее образности. Интерьер, освещенность, порядок расположения экспонатов. Цветовое решение экспозиции. Проработка маршрута и задание необходимого сценария осмотра. Проблема стимулирования обратной связи. Ориентация на вкусы публики и ее границы. Процесс обсуждения и утверждения проекта дизайнера. Коммуникативные характеристики дизайнерского проекта. Мера простоты, доступности восприятия замысла и оригинальности.

Тема 4. Просветительская работа на выставке и презентации. Бюджет и смета расходов.

Роль организации диалога с посетителями выставки. Цель и задачи просветительской работы на выставке. Основные функции просветительской деятельности: мотивационная, информационная, коммуникационная, оценочная. Основные виды просветительской работы: экскурсии, консультации, справочно-информационные услуги. Организационные основы просветительской работы. Основы экскурсоведения. Методика составления маршрута экскурсий по выставке. Связь просветительской деятельности с идеями и целями выставки. Выставочное дело и презентации как инструменты продвижения достижений определенного типа или компании на рынке. Подготовка и поведение выставки или презентации - основа приобретения новых деловых контактов. Составление бюджета выставки как один из важнейших этапов ее организации и проведения. Планирование выставки и прогноз затрат. Основные статьи затрат и их характеристика. Смета как документ, устанавливающий пределы расходов. Оценка результатов участия в выставке.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.06.01.06 «Особенности организации выставочных проектов» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:

при чтении лекций используется объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации (монологической, диалогической или эвристической);

– при проведении занятий семинарского типа:

опрос, тестирование, эссе, практические задания;

- при проведении промежуточной аттестации:

ответ на вопросы билета и практическое задание.

Зачет с оценкой проводится в виде устного опроса.

Основная литература:

1. Ткаченко О. Н. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский гос. Технический университет (ОмГТУ). - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 176 с.: 60x88 1/16. - (Бакалавриат). (о) ISBN 978-5-9776-0288-4
2. Васильев Г. А. Технологии производства рекламной продукции: Учеб. пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 272 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0155-1