

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ**  
**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ**  
**КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ МИХАИЛА МАТУСОВСКОГО»**

Кафедра менеджмента и социокультурных технологий

**УТВЕРЖДАЮ**

Декан факультета  
социокультурных коммуникаций  
А. Ю. Борзенко-Мирошниченко  
30.08.2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«ТЕХНОЛОГИИ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

*Уровень высшего образования – бакалавриат*  
*Направление подготовки - 51.03.03 Социально-культурная деятельность*  
*Профиль - Менеджмент социально-культурной деятельности*  
*Форма обучения – очная, заочная*  
*Год набора - 2024 год*

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ОПОП и ФГОС ВО направления подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность, профиль «Менеджмент социально-культурной деятельности», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 06.12.2017 г. № 1179.

Программу разработала Аронова В.В., к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента и социокультурных технологий

Рассмотрено на заседании кафедры менеджмента и социокультурных технологий (Академия Матусовского)

Протокол № 1 от 30.08.2024 г.

Зав. кафедрой

В.В.Аронова

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Технологии выставочной деятельности» входит в часть дисциплин, формируемую участниками образовательных отношений, и адресована студентам 4 (7 и 8 семестры) курса очной формы обучения и студентам 4 (7 и 8 семестры) курса заочной формы обучения направления подготовки 51.03.03 – Социально-культурная деятельность, профиль «Менеджмент социально-культурной деятельности» Академии Матусовского. Дисциплина реализуется кафедрой менеджмента и социокультурных технологий.

Успешное изучение дисциплины базируется на освоении теоретического и практического учебного материала по следующим дисциплинам, формирующим у обучающихся знания, умения и навыки в области социально-культурной деятельности: «Теория и история социально-культурной деятельности», «Досуговедение», «Маркетинг в социально-культурной сфере», «Event-менеджмент».

Содержание дисциплины «Технологии выставочной деятельности» позволяет студентам освоить технологические аспекты организации и проведения мероприятий в процессе осуществления социально-культурной деятельности. При изучении курса «Технологии выставочной деятельности» уделяется внимание овладению теоретическими положениями и приобретению практических навыков, успешного применения их в последующей работе. Основная цель дисциплины: изучение теории, истории и практики зарубежной и отечественной выставочной деятельности. Большое место в данной дисциплине отводится методологии и разработке выставок.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов и консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме:

устная (устный опрос, защита письменной работы, доклад по результатам самостоятельной работы и т. п.);

письменная (письменный опрос, выполнение практических заданий и т. д.).

И промежуточный контроль в форме зачета и экзамена:

- во 7 и 8 семестрах – для очной формы обучения;

- в 7 и 8 семестрах – для заочной формы обучения.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 з. е., 216 часов. Для очной формы обучения - 2 з.е. (72 часа) в 7 семестре и 4 з.е. (144 часа) в 8 семестре. Для заочной формы обучения – 2 з.е. (72 часа) в 7 семестре и 4 з.е. (144 часа) в 8 семестре.

Программой дисциплины для очной формы обучения предусмотрены:

- в 7 семестре: лекционные занятия (28 ч.), практические занятия (32 ч.), самостоятельная работа (12 ч.);

- в 8 семестре: лекционные занятия (24 ч.), практические занятия (20 ч.), самостоятельная работа (82 ч.), проведение контроля (18 ч.).

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены:

- в 7 семестре: лекционные занятия (6 ч.), практические занятия (6 ч.), самостоятельная работа (60 ч.);

- в 5 семестре: лекционные занятия (4 ч.), практические занятия (4 ч.), самостоятельная работа (132 ч.), проведение контроля (4 ч.).

## 2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель преподавания дисциплины:** изучение теории, истории и практики зарубежной и отечественной выставочной деятельности.

**Задачи изучения дисциплины:**

- комплексно рассмотреть формирование современных концепций в выставочном деле, классификацию, виды, технологии организации современных выставок, практические и теоретические результаты претворения в жизнь выставочных программ;
- сформировать у студентов целостное представление о выставочном деле.

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Курс входит в в часть дисциплин, формируемую участниками образовательных отношений подготовки и адресован студентам по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность, профиль «Менеджмент социально-культурной деятельности».

Основывается на базе дисциплин: «Теория и история социально-культурной деятельности», «Досуговедение», «Маркетинг в социально-культурной сфере», «Event-менеджмент».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Менеджмент в социально-культурной сфере», «Проектирование культурно-досуговых программ», «Проектирование массовых форм досуга», «Менеджмент рекреационных объектов», «Проектный менеджмент в социально-культурной сфере», «Основы социокультурной реабилитации» и входит в заключительный цикл образовательного процесса.

Освоение дисциплины будет необходимо при прохождении практик: преддипломной, подготовке к государственной итоговой аттестации.

#### 4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование компетенций в соответствии с ФГОС ВО направления подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность: ПК-6.

##### Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
ПК-6	Способен применять технологии эффективного продвижения и конкурентоспособного позиционирования проектов в сфере культуры методами рекламы, PR и маркетинга	<p><b>Знать:</b> общие принципы, методы и формы построения экспозиций музеев; особенности территориального размещения основных выставочных центров в России и мире в целом.</p> <p><b>Уметь:</b> идентифицировать потребности и интересы разных социально-экономических групп в выставочной деятельности, предлагать механизмы их взаимодействия между собой в контексте развития выставочного дела.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками организации и проведения выставочных мероприятий с применением технологий социокультурной деятельности</p>

## 5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Названия смысловых модулей и тем	Количество часов									
	Очная форма					Заочная форма				
	всего	в том числе				Всего	в том числе			
		л	п	с.р.	к		Л	п	с.р.	к
Тема 1. Предмет и задачи курса. Выставочное дело и понятие выставка.	4	2	-	2	-	4	2	-	4	-
Тема 2. История международной и отечественной выставочной деятельности.	7	2	4	1	-	7	2	2	3	-
Тема 3. Определение, структура и виды выставочных центров.	11	4	6	1	-	11	2	2	6	-
Тема 4. Выставка в системе маркетинговых коммуникаций	5	2	2	1	-	5	-	2	3	-
Тема 5. Специфика выставочной деятельности компании-экспонента.	5	2	2	1	-	5	-	-	5	-
Тема 6. Организация музейных выставок.	5	2	2	1	-	5	-	-	5	-
Тема 7. Выставочная деятельность как феномен музейной коммуникации.	7	2	4	1	-	7	-	-	7	-
Тема 8. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга.	5	2	2	1	-	5	-	-	5	-
Тема 9. Выставочная деятельность Всероссийского выставочного центра (ВВЦ).	7	4	2	1	-	7	-	-	7	-
Тема 10. Организационный процесс при участии в выставке	9	4	4	1	-	9	-	-	9	-
Тема 11. Экономический анализ рисков выставочного участия. Экономические аспекты выставочной деятельности. Стоимость участия в выставке.	7	2	4	1	-	7	-	-	7	-
<b>Всего часов</b>	<b>72</b>	<b>28</b>	<b>32</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>72</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>60</b>	<b>-</b>
Тема 12. Экономические аспекты выставочной деятельности. Стоимость участия в выставке. Составление бюджета.	12	2	2	8	-	12	2	2	8	-
Тема 13. Инфраструктура выставочной деятельности. Структуры, координирующие выставочную и галерейную деятельность	14	2	2	10	-	14	2	2	10	-
Тема 14. Международные соглашения в области выставочной деятельности	12	2	2	8	-	12	-	-	12	-
Тема 15. Управление выставочной деятельности в России и странах СНГ.	12	2	2	8	-	12	-	-	12	-

Тема 16. Выставочная деятельность в регионах России.	12	2	2	8	-	12	-	-	12	-
Тема 17. Крупнейшие выставочные территории мира.	14	4	2	8	-	14	-	-	14	-
Тема 18. Особенности международных выставок в системе туристического маркетинга	14	4	2	8	-	14	-	-	14	-
Тема 19. Общая характеристика выставочной деятельности музея.	18	2	2	8	6	18	-	-	18	-
Тема 20. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации.	18	2	2	8	6	18	-	-	18	-
Тема 21. Выставочное оборудование.	18	2	2	8	6	18	-	-	18	4
<b>Всего часов</b>	<b>144</b>	<b>24</b>	<b>20</b>	<b>82</b>	<b>18</b>	<b>144</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>132</b>	<b>4</b>
<b>Всего часов за весь период обучения</b>	<b>216</b>	<b>52</b>	<b>52</b>	<b>94</b>	<b>18</b>	<b>216</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>192</b>	<b>4</b>

## 6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### **Тема 1. Предмет и задачи курса. Выставочное дело и понятие выставка.**

Выставка - источник информации о развитии отрасли, отдельных организаций, эффективным инструментом маркетинга. Эмпирические исследования, анализа выставочной деятельности предприятий. Эмпирические исследования, фокусирующиеся в основном на общих вопросах организации выставочной деятельности и затрагивающие некоторые аспекты выставочной деятельности как канала маркетинговой коммуникации. Экспонат. Экспозиционный материал. Тематическая структура.

### **Тема 2. История международной и отечественной выставочной деятельности.**

История домусейной выставочной деятельности. Всемирные выставки и их итоги. История выставочной деятельности в России.

### **Тема 3. Определение, структура и виды выставочных центров.**

Выставка и ярмарка. Крупные международные выставки, межрегиональные, городские и иные выставки, специализированные выставки-салоны, торговые и промышленные ярмарки, и другие. Функции выставок - инструмент маркетинга, ценообразования, привлечения инвестиций, поиска партнеров и других, инновационно-технологическая направленность.

Организаторы выставочно-ярмарочных мероприятий: федеральные органы исполнительной власти и органы исполнительной власти субъектов Федерации; выставочные организации; торгово-промышленные палаты (ТПП); ассоциации; прочие организации различных форм собственности, для которых организация выставочных мероприятий не является основной деятельностью.

Выставочная индустрия развитых стран. Современный этап развития выставочно-ярмарочной деятельности в России. Нерешенные проблемы выставочно-ярмарочной деятельности.

### **Тема 4. Выставка в системе маркетинговых коммуникаций.**

Сущность маркетинговых коммуникаций. Основные средства коммуникации.

### **Тема 5. Специфика выставочной деятельности компании-экспонента.**

Основные направления PR работы на выставочном поле. Цели деятельности выставочной организации в области PR. Деловая репутация компании-организатора. Основные инструменты, используемые при создании положительного образа компании-организатора.

### **Тема 6. Организация музейных выставок.**

Классификация музейных выставок. Темы и идеи, целевые установки будущей экспозиции, отбор предметов для экспозиции, их интерпретация и группировка. Виды экспонатов.

### **Тема 7. Выставочная деятельность как феномен музейной коммуникации.**

Традиционные принципы классификации музейных выставок, их специфика и концепция. Нетрадиционные принципы классификации музейных выставок - кинетические (стационарные, внемузейные стационарные, выездные, передвижные и передвижные выставки облегченного типа) и языковые (коллекционные, иллюстративно-тематические, коллекционно-тематические, музейно-образные, художественно-мифологические выставки).

### **Тема 8. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга.**

Основные принципы маркетинга. Выставки среди инструментов маркетинга. Определение целей участия в маркетинге

### **Тема 9. Выставочная деятельность Всероссийского выставочного центра (ВВЦ).**

История создания ВВЦ. «Парк научных приключений». Культурно-массовые и спортивных мероприятий проводимые в ВВЦ. Выставочная деятельность ВВЦ. Программы развития ВВЦ.

### **Тема 10. Организационный процесс при участии в выставке.**



Планирование процесса при участии в выставке. Формы участия в выставке. Выбор экспонатов и выставочной программы. Регистрация и оформление участия в выставке. Значение выставочного стенда при организационном процессе. Выставочная стадия.

**Тема 11. Экономический анализ рисков выставочного участия. Экономические аспекты выставочной деятельности. Стоимость участия в выставке.**

Характеристика рисков. Пути снижения выставочного риска. Особенности бухгалтерского и налогового учета у фирм, организующих выставки. Особенности бухгалтерского и налогового учета затрат у фирм, участвующих в выставках.

**Лекционный материал в 8 семестре (для очной формы обучения) и в 8 семестре (для заочной формы обучения)**

**Тема 12. Экономические аспекты выставочной деятельности. Стоимость участия в выставке. Составление бюджета.**

Бухгалтерский учет, налоговый учет при организации выставки. Грамотное распределение средств при организации выставки. Оценка требуемых выставочных площадей. Бюджет выставки.

**Тема 13. Инфраструктура выставочной деятельности. Структуры, координирующие выставочную и галерейную деятельность.**

Понятие инфраструктуры. Координация выставочной деятельности России. Структуры, способствующие развитию и координирующие выставочную деятельность на международном уровне.

**Тема 14. Международные соглашения в области выставочной деятельности.**

Международные соглашения в области выставочной деятельности: эволюция их развития. Международные организации регулирующие выставочную деятельность.

**Тема 15. Управление выставочной деятельностью в России и странах СНГ.**

Российское законодательство в области регулирования управления выставочной деятельностью. Межгосударственные соглашения в области совместного регулирования выставочной деятельности в СНГ. Структура управления выставочной деятельностью в странах СНГ.

**Тема 16. Выставочная деятельность в регионах России.**

Специфика размещения выставочных центров в регионах России. Крупнейшие выставочные центры в России.

**Тема 17. Крупнейшие выставочные территории мира.**

История возникновения крупнейших выставочных центров в мире. Специфика размещения крупнейших выставочных центров в мире.

**Тема 18. Особенности международных выставок в системе туристического маркетинга.**

Характеристика туристической выставки: ее специфика и особенности. Размещение крупнейших международных центров по организации туристических выставок.

**Тема 19. Общая характеристика выставочной деятельности музея.**

Выставка как первый этап формирования нового музея. Выставки тематические, фондовые и отчетные. Выставка в музее как форма публикации музейных коллекций.

**Тема 20. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации.**

Общие положения. Состояние выставочно-ярмарочной деятельности и основные показатели ее развития. Нормативно-правовая база выставочно-ярмарочной деятельности.

**Тема 21. Выставочное оборудование.**

Витрины, стенды, планшеты и т. д. Осветительная аппаратура. Противопожарное и охранное оборудование. Передвижные музеи. Техника безопасности при работе с оборудованием и техническими средствами.

## 6.2 Практические задания

### Темы и задания для практических занятий в 7 семестре (для очной формы обучения) и в 7 семестре (для заочной формы обучения)

#### Тема 2. История международной и отечественной выставочной деятельности.

1. Всероссийская сельскохозяйственная выставка в С.-Петербурге 1860 года.
2. Всероссийская этнографическая выставка 1867 года.

#### Выполнить:

1. Проанализировать домусейную выставочную деятельность.
2. Изучить историю выставочной деятельности в странах Европы.
3. Изучить историю выставочной деятельности в США и Канаде.
4. Изучить историю выставочной деятельности в странах Азии.
5. Изучить историю выставочной деятельности в Австралии.
6. Рассмотреть периодизацию развития истории выставочной деятельности в России.

**Литература:** [1,2,3,4].

#### Тема 3. Определение, структура и виды выставочных центров.

Выставки/ярмарки принято классифицировать по пяти основным признакам:

- по географическому составу экспонентов (в зависимости от того, какие страны/регионы они представляют) - всемирные, международные, с международным участием, национальные, межрегиональные, местные (региональные);
- по тематическому (отраслевому) признаку - универсальные, специализированные (многоотраслевые и отраслевые);
- по значимости мероприятия для экономики города/региона/страны – выставки федерального значения, выставки межрегионального значения, выставки регионального значения, выставки местного значения;
- по территориальному признаку (на, территории какой страны проводится выставочное мероприятие) - выставки, проводимые внутри страны, выставки проводимые на территории других стран;
- по времени функционирования (в зависимости от продолжительности работы) постоянно действующие, временные, краткосрочные.

#### Выполнить:

1. Выявить различия между выставкой и ярмаркой.
2. Международные выставки.
3. Межрегиональные выставки.
4. Местные выставки.
5. Выставки-залы.
6. Выставочные центры.
7. Рассмотреть участие торгово-промышленных палат в организации выставок.
8. Выставки-аукционы.

**Литература:** [1,2,3].

#### Тема 4. Выставка в системе маркетинговых коммуникаций.

1. Основные средства коммуникации: реклама; формирование общественного мнения; персональные продажи; стимулирование сбыта.

#### Выполнить:

1. Проанализировать рекламу выставочной деятельности.
2. Изучить выставочную коммуникацию.

**Литература:** [1,2,3,4].

### **Тема 5. Специфика выставочной деятельности компании-экспонента.**

1. Круг организаций и лиц участников выставочного процесса.
2. Работа с профессиональными и общественными отраслевыми объединениями.

#### **Выполнить:**

1. Охарактеризовать участников выставки.
2. PR работа на выставке.
3. Проанализировать деловую репутацию компании-организатора.
4. Перечислить основные инструменты, используемые при создании положительного образа компании-организатора.
5. Изучить работу с профессиональными и общественными отраслевыми объединениями.

**Литература:** [1,2].

### **Тема 6. Организация музейных выставок.**

1. Текстовый материал.
2. Методические приемы оформления музейной выставки.
3. Тематико-экспозиционный план.
4. Заключительный этап.

#### **Выполнить:**

1. Рассмотреть классификацию музейных выставок.
2. Перечислите и охарактеризуйте виды экспонатов.
3. В чем состоит специфика отбора музейных предметов для организации выставки?
4. Оформление музейной выставки.
5. Сущность музейного дизайна.

**Литература:** [1,2].

### **Тема 7. Выставочная деятельность как феномен музейной коммуникации.**

1. Традиционные принципы классификации музейных выставок, их специфика и концепция.
2. Нетрадиционные принципы классификации музейных выставок.

#### **Выполнить:**

1. Рассмотреть сущность и специфику организации выставочной деятельности различного уровня (международные, городские и др.).
2. Дать характеристику выставочной деятельности в музеях: исторического, художественного, литературного, естественнонаучного профиля.

**Литература:** [1,2].

### **Тема 8. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга.**

1. Принципы маркетинга.
2. Выставки как инструмент маркетинга.
3. Определение целей участия в выставке.

#### **Выполнить:**

1. Осмысление решения об участии в выставке.
2. Критерии выбора выставки.

**Литература:** [1,2].

### **Тема 9. Выставочная деятельность Всероссийского выставочного центра (ВВЦ).**

1. Выставочная деятельность ВВЦ.
2. Программы развития ВВЦ.

#### **Выполнить:**

1. Изучить историю создания ВВЦ.
  2. Охарактеризовать «Парк научных приключений».
  3. Проанализировать культурно-массовые и спортивных мероприятий проводимые в ВВЦ.
  4. Специфика выставочной деятельности ВВЦ.
  5. Проанализировать программы развития ВВЦ.
- Литература:** [1,2].

**Тема 10. Организационный процесс при участии в выставке.**

1. Работа на стенде.
2. Особенности работы на стенде.
3. Обработка данных об экспонентах и посетителях.

**Выполнить:**

1. Охарактеризовать процесс планирования при участии в выставке.
2. Формы участия в выставке.
3. Особенности выбора экспонатов и выставочной программы.
4. Регистрация и оформление участия в выставке.
5. Значение и роль выставочного стенда при организационном процессе.
6. Дайте характеристику выставочной стадии.
7. Работа на стенде: сущность и специфика.
8. Особенности работы на стенде.
9. В чем состоит обработка данных об экспонентах и посетителях.

**Литература:** [1,2].

**Тема 11. Экономический анализ рисков выставочного участия. Экономические аспекты выставочной деятельности. Стоимость участия в выставке.**

1. Сущность рисков.
2. Основные пути снижения выставочного риска.
3. Особенности бухгалтерского и налогового учета у фирм, организующих выставки.
4. Особенности бухгалтерского и налогового учета затрат у фирм, участвующих в выставках.

**Выполнить:**

1. Дать характеристику стоимости участия в выставке.
2. Составление бюджета выставки.
3. Оценить требуемую площадь стенда выставки.

**Литература:** [1,2].

**Темы и задания для практических занятий в 8 семестре (для очной формы обучения) и в 8 семестре (для заочной формы обучения)**

**Тема 12. Экономические аспекты выставочной деятельности. Стоимость участия в выставке. Составление бюджета.**

1. Сущность бухгалтерского учета и налогового учета при организации выставки.
2. Распределение средств при организации выставки.
3. Бюджет выставки.

**Выполнить:**

1. Изучить особенности бухгалтерского и налогового учета у фирм, организующих выставки.
2. Изучить особенности бухгалтерского и налогового учета затрат у фирм, участвующих в выставках.
3. Стоимость участия в выставке.
4. Составить бюджет выставки.

4. Оценить требуемую площадь стенда проводимой выставки.

**Литература:** [1,2].

**Тема 13. Инфраструктура выставочной деятельности. Структуры, координирующие выставочную и галерейную деятельность.**

1. Сущность выставочной инфраструктуры.
2. Роль ТПП в выставочной деятельности.
3. Структуры координирующие выставочно-ярмарочную деятельность.

**Выполнить:**

1. Рассмотреть понятие и специфику инфраструктуры выставочной деятельности.
2. В чем специфика координации выставочной деятельности России.
3. Охарактеризовать структуры, способствующие развитию и координирующие выставочную деятельность на международном уровне.
4. Рассмотреть координацию галерейной деятельности России.
5. Изучить законодательную базу РФ в области выставочной деятельности.

**Литература:** [1,2].

**Тема 14. Международные соглашения в области выставочной деятельности.**

1. Международные соглашения в области выставочной деятельности: эволюция их развития.
2. Международные организации регулирующие выставочную деятельность, контроль и координация.

**Выполнить:**

1. Изучить Парижскую конвенцию 1928 года.
2. Охарактеризовать таможенные конвенции.
3. Проанализировать правила ввоза вывоза культурных ценностей.
4. Рассмотреть иные международные правовые соглашения регулирующие выставочную деятельность.

**Литература:** [1,2,3].

**Тема 15. Управление выставочной деятельности в России и странах СНГ.**

1. Особенности Российского законодательства в области регулирования управления выставочной деятельностью.
2. Межгосударственные соглашения в области совместного регулирования выставочной деятельности в СНГ.
3. Структура управления выставочной деятельности в странах СНГ.

**Выполнить:**

1. Разработка управленческих решений в организации выставочной деятельности в Москве.
2. Изучить работу Российского научно-информационного выставочного центра по архитектуре и строительству ОАО «Росстройэкспо».
3. Изучить работу Центра международной торговли и научно-технических связей с зарубежными странами.

**Литература:** [1,2,4].

**Тема 16. Выставочная деятельность в регионах России.**

1. Крупнейшие выставочные центры в России.
2. Роль СКД в организации выставочной деятельности в регионах РФ.

**Выполнить:**

1. Выявить характеристики и тенденции выставочной деятельности в регионах России.
2. Проанализировать выставочные комплексы и сервисные центры.

3. Описать выставочные центры в Луганской Народной Республике.

**Литература:** [1,2].

### **Тема 17. Крупнейшие выставочные территории мира.**

1. Специфика размещения крупнейших выставочных центров в мире.

2. Специализация крупнейших выставочных центров.

#### **Выполнить:**

1. Изучить роль государства в организации торговых выставок.

2. Проанализировать выставочные комплексы Европы.

3. Проанализировать выставочные центры Азии.

4. Проанализировать выставочные комплексы Северной и Южной Америки.

5. Проанализировать выставочные комплексы Австралии.

**Литература:** [1,2,3,4].

### **Тема 18. Особенности международных выставок в системе туристического маркетинга.**

1. Размещение крупнейших международных центров по организации туристических выставок.

2. Роль туристической выставки в развитии туризма.

#### **Выполнить:**

1. Роль туристических выставочных мероприятий в системе маркетинговых коммуникаций.

2. Процесс организации туристической фирмы в работе выставки.

3. Работа персонала туристического предприятия во время международной выставки.

**Литература:** [1,2].

### **Тема 19. Общая характеристика выставочной деятельности музея.**

1. Выставка как первый этап формирования нового музея.

2. Выставка в музее как форма публикации музейных коллекций.

#### **Выполнить:**

1. Выставка как первый этап формирования нового музея.

2. Перечислите виды выставок, и их специфику.

3. Выставка в музее как форма публикации музейных коллекций.

4. Система выставок как специфическая форма функционирования музейной экспозиции.

**Литература:** [1,2].

### **Тема 20. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации.**

1. Нормативно-правовая база выставочно-ярмарочной деятельности.

2. Государственная координация и поддержка выставочно-ярмарочной деятельности.

#### **Выполнить:**

1. Изучить состояние выставочно-ярмарочной деятельности и основные показатели ее развития.

2. Охарактеризовать нормативно-правовую базу выставочно-ярмарочной деятельности.

3. Государственная координация и поддержка выставочно-ярмарочной деятельности.

**Литература:** [1,2].

**Тема 21. Выставочное оборудование.**

1. Аудио-фоно-визуальные средства.

**Выполнить:**

1. Витрины, стенды, планшеты и т. д.

2. Осветительная аппаратура.

3. Противопожарное и охранное оборудование.

4. Передвижные музеи.

5. Техника безопасности при работе с оборудованием и техническими средствами.

6. Аудио-фоно-визуальные средства..

**Литература:** [1,2].

## 7. СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Основными формами самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины «Технологии выставочной деятельности» является работа над темами для самостоятельного изучения и подготовка докладов к практическим занятиям.

СР включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания в виде подготовки доклада по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к практическим занятиям;
- для студентов заочной формы обучения – выполнение контрольной работы;
- подготовка к экзамену.

### 7.1 Темы и задания для самостоятельных занятий

#### Темы и задания для самостоятельных занятий в 7 семестре (для очной формы обучения) и в 7 семестре (для заочной формы обучения)

##### **Тема 1. Предмет и задачи курса. Выставочное дело и понятие выставка.**

Изучение лекционного материала. Изучение информации основной и дополнительной литературы. Изучение информации интернет-ресурсов.

##### **Тема 2. История международной и отечественной выставочной деятельности.**

Изучение лекционного материала. Изучение информации основной и дополнительной литературы. Изучение информации интернет-ресурсов.

##### **Тема 3. Определение, структура и виды выставочных центров.**

Изучение лекционного материала. Изучение информации основной и дополнительной литературы. Изучение информации интернет-ресурсов.

##### **Тема 4. Выставка в системе маркетинговых коммуникаций.**

Изучение лекционного материала. Изучение информации основной и дополнительной литературы. Изучение информации интернет-ресурсов.

##### **Тема 5. Специфика выставочной деятельности компании-экспонента.**

Изучение лекционного материала. Изучение информации основной и дополнительной литературы. Изучение информации интернет-ресурсов.

##### **Тема 6. Организация музейных выставок.**

Изучение лекционного материала. Изучение информации основной и дополнительной литературы. Изучение информации интернет-ресурсов.

##### **Тема 7. Выставочная деятельность как феномен музейной коммуникации.**

Изучение лекционного материала. Изучение информации основной и дополнительной литературы. Изучение информации интернет-ресурсов.

##### **Тема 8. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга.**

Изучение лекционного материала. Изучение информации основной и дополнительной литературы. Изучение информации интернет-ресурсов.

##### **Тема 9. Выставочная деятельность Всероссийского выставочного центра (ВВЦ).**

Изучение лекционного материала. Изучение информации основной и дополнительной литературы. Изучение информации интернет-ресурсов.

##### **Тема 10. Организационный процесс при участии в выставке.**



Изучение лекционного материала. Изучение информации основной и дополнительной литературы. Изучение информации интернет-ресурсов.

**Тема 11. Экономический анализ рисков выставочного участия. Экономические аспекты выставочной деятельности. Стоимость участия в выставке.**

Изучение лекционного материала. Изучение информации основной и дополнительной литературы. Изучение информации интернет-ресурсов.

**Тема 12. Экономические аспекты выставочной деятельности. Стоимость участия в выставке. Составление бюджета.**

Изучение лекционного материала. Изучение информации основной и дополнительной литературы. Изучение информации интернет-ресурсов.

**Тема 13. Инфраструктура выставочной деятельности. Структуры, координирующие выставочную и галерейную деятельность.**

Изучение лекционного материала. Изучение информации основной и дополнительной литературы. Изучение информации интернет-ресурсов.

**Тема 14. Международные соглашения в области выставочной деятельности.**

Изучение лекционного материала. Изучение информации основной и дополнительной литературы. Изучение информации интернет-ресурсов.

**Тема 15. Управление выставочной деятельностью в России и странах СНГ.**

Изучение лекционного материала. Изучение информации основной и дополнительной литературы. Изучение информации интернет-ресурсов.

**Тема 16. Выставочная деятельность в регионах России.**

Изучение лекционного материала. Изучение информации основной и дополнительной литературы. Изучение информации интернет-ресурсов.

**Тема 17. Крупнейшие выставочные территории мира.**

Изучение лекционного материала. Изучение информации основной и дополнительной литературы. Изучение информации интернет-ресурсов.

**Тема 18. Особенности международных выставок в системе туристического маркетинга.**

Изучение лекционного материала. Изучение информации основной и дополнительной литературы. Изучение информации интернет-ресурсов.

**Тема 19. Общая характеристика выставочной деятельности музея.**

Изучение лекционного материала. Изучение информации основной и дополнительной литературы. Изучение информации интернет-ресурсов.

**Тема 20. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации.**

Изучение лекционного материала. Изучение информации основной и дополнительной литературы. Изучение информации интернет-ресурсов.

**Тема 21. Выставочное оборудование.**

Изучение лекционного материала. Изучение информации основной и дополнительной литературы. Изучение информации интернет-ресурсов.

## 7.2 Задания для контрольных работ

Контрольные работы предусмотрены для выполнения всеми студентами **заочной формы обучения**. Контрольная работа является составной частью самостоятельной работы студента заочной формы обучения по освоению программы дисциплины и предусматривает письменное изложение ответов на вопросы задания.

### Задания для контрольных работ в 7 семестре

Подготовка контрольной работы (реферата) предоставляет студенту возможность продемонстрировать умение работать с литературой, применять навыки аналитического осмысления материала.

Реферат должен быть выполнен на листах формата А4 и аккуратно скреплен; поля – верхнее и нижнее – 2 см, левое – 3 см, правое – 1,5 см. Текст должен быть напечатан на компьютере шрифтом Times New Roman, размер кегля 14, интервал полуторный, страницы должны быть пронумерованы.

Реферат должен содержать не менее 15-ти страниц основного текста (то есть – без титульных листов, содержания, списка литературы и т.п.) компьютерного варианта.

Реферат должен содержать:

1. Титульный лист с названием факультета, кафедры, названием предмета, темой работы, ФИО исполнителя и ФИО и должность преподавателя.
2. Содержание работы с указанием страниц.
3. Введение (цель, задачи, актуальность)
4. Основная текстовая часть (1 или 2 главы).
5. Заключение (выводы)
6. Список используемой литературы.
7. Приложения (по усмотрению исполнителя).

Тема реферата будет считаться раскрытой, если студент рассмотрит её в двух аспектах: теоретическом (аналитическом) и практическом (прикладном).

При выполнении реферата студент может пользоваться любыми источниками: научной и популярной литературой, публицистической литературой, материалами периодической печати, результатами социологических исследований, результатами непосредственного наблюдения, интервью с практиками и т.д.

Каждый студент выбирает одну из предложенных тем.

#### Тематика рефератов

1. Истоки искусства экспонирования.
2. Первые ярмарки и выставки.
3. Ярмарки в СССР, РФ, ЛНР.
4. Типы выставок и ярмарок.
5. Определение и содержание терминов «выставка» и «ярмарка».
6. Функции и задачи выставок разного уровня.
7. Выставочный сервис.
8. Основные подходы к организации выставочной деятельности.
9. Планирование выставочной деятельности. Основные этапы.
10. Подготовка к выставке. Принципы принятия решения на участие в выставке.
11. Разработка выставочной концепции экспонента.
12. Организация сбора информации на выставке.
13. Маркетинговые исследования на выставке.
14. Привлечение целевых посетителей на стенд.
15. Организация работы персонала на выставке.
16. Формы работы с посетителями выставки.
17. Рекламные и PR компании в рамках выставки.
18. Рекламные средства, применяемые на выставке.
19. Послевывставочная деятельность организации.
20. Принципы успешного экспонирования.
21. Основы выставочного менеджмента.
22. Коммуникационная стратегия экспонента.
23. Экономический и коммуникационный эффект выставки.

Студентам предлагается разработать и организовать отраслевую выставку.

Пошаговая работа:

1. Работа с источниками и литературой
2. Отбор и изучение экспонатов
3. Цель и задачи выставки
4. Определение методических приемов
5. Составление методических разработок
6. Паспорт выставки и финансовый документ
7. Разработки: маршрут, остановки, объекты показа, продолжительность
8. Составление карточки объекта

Результат проделанной работы представляется в письменном виде.

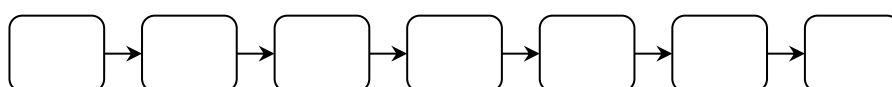
## 8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ

### 8.1 Тестовые задания

1. Установите соответствие между левым и правым столбцами

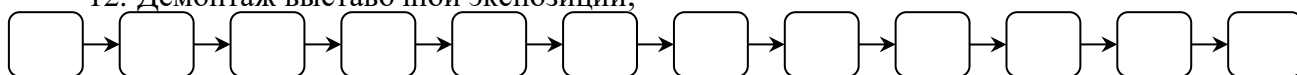
№	Определение	№	Понятие
1	это кратковременное, периодически и обычно в одном и том же месте проводимое мероприятие, в рамках которого значительное число предприятий (экспоненты) с помощью образцов (экспонатов) дают представительную картину предложения товаров/услуг одной или нескольких отраслей и стремятся информировать конечных потребителей (или же и промежуточных) о своей фирме и ее продукции с конечной целью содействия продажам	А	Выставка
2	международная экономическая выставка образцов, которая в соответствии с обычаями той страны, на территории которой она проводится, представляет собой крупный рынок товаров, действует в установленные сроки в течение ограниченного периода времени в одном и том же месте и на которой экспонентам разрешается представлять образцы своей продукции для заключения торговых сделок в национальном и международном масштабах	Б	Торгово-промышленная выставка
3	краткосрочное, периодически и, в основном, в одном и том же месте проводимое мероприятие, в рамках которого большое количество предприятий (экспоненты) с помощью образцов (экспонатов) представляют объективный масштаб товаров/услуг одной или нескольких отраслей, с тем чтобы посетитель-коммерсант получил ясное представление об их предпринимательских возможностях, тогда как экспонент при помощи экспонируемых товаров стремится распространить информацию о своей фирме и ее продукции и заключить прямые торговые сделки	В	Ярмарка
4	показ, основная цель которого состоит в просвещении публики путем демонстрации средств, имеющихся в распоряжении человечества, для удовлетворения потребностей в одной или нескольких областях его деятельности или будущих его перспектив	Г	Торговая ярмарка

2. Ключевой целью экспозиционно-выставочной деятельности \_\_\_\_\_.
3. Элементом неотъемлемой части планирования выставки принято считать \_\_\_\_\_.
4. Важным фактором при выборе места для выставки является \_\_\_\_\_.
5. В качестве оборудования для освещения экспонатов обычно используются \_\_\_\_\_.
6. \_\_\_\_\_ – это информационные и образовательные материалы для посетителей выставки.
7. Роль интерактивных элементов в современных выставках состоит в \_\_\_\_\_.
8. Какова цель использования мультимедийных технологий на выставках?
9. Наиболее прямым методом оценки эффективности выставки является \_\_\_\_\_.
10. Большую роль в становлении ландшафтного метода экспонирования сыграла:
11. Первый государственный музей в России – ...
12. После изготовления всего необходимого оборудования и научно-вспомогательных материалов начинается:
13. Предметы, выставленные для обозрения – это:
14. Сборка оборудования, технических средств, размещение экспозиционных материалов в соответствии с проектом – это:
15. Щит для размещения экспонатов, книг и т.д., устраиваемый для удобного их обозрения на выставках, в музеях — это:
16. \_\_\_\_\_ определяет содержание и тематическую структуру проектируемой экспозиции.
17. Возобновите логическую цепочку процесса участия фирмы в работе выставки :
  - 1) подготовительно-организационный период;
  - 2) подбивание итогов участия фирмы в работе выставки;
  - 3) принятие принципиального решения об участии в выставке;
  - 4) выбор конкретной выставки, в работе которой будет участвовать фирма;
  - 5) определение целей участия фирмы в работе выставки;
  - 6) работа в ходе функционирования выставки;
  - 7) разработка тематического плана экспозиции и сметы участия в выставке.



18. Возобновите схему организации крупной международной выставки, используя следующие элементы:

1. Монтаж экспозиции;
2. Прием заявок на участие в выставке;
3. Принятие решения о проведении выставки;
4. Официальное объявление о проведении выставки;
5. Формирование структуры управления;
6. Подведение оргкомитетом итогов выставки;
7. Официальное закрытие выставки;
8. Открытие выставки для посетителей;
9. Комплекс подготовительных организационно-технических мероприятий;
10. Торжественное открытие выставки и официальный обзор;
11. Обеспечение рабочей программы выставки;
12. Демонтаж выставочной экспозиции;



19. Что такое кураторская концепция?

## 8.2 Вопросы к зачету / экзамену

### Вопросы для подготовки к зачету в 7 семестре (для очной формы обучения) и в 7 семестре (для заочной формы обучения)

1. Выставочное дело и понятие выставка.
2. История международной и отечественной выставочной деятельности.
3. Определение, структура и виды выставочных центров.
4. Классификация выставок.
5. Выставка в системе маркетинговых коммуникаций.
6. Специфика выставочной деятельности компании-экспонента.
7. Организация музейных выставок.
8. Выставочная деятельность как феномен музейной коммуникации.
9. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга.
10. Выставочная деятельность Всероссийского выставочного центра (ВВЦ).
11. Организационный процесс при участии в выставке.
12. Экономический анализ рисков выставочного участия.
13. Экономические аспекты выставочной деятельности. Стоимость участия в выставке. Составление бюджета.
14. Инфраструктура выставочной деятельности. Структуры, координирующие выставочную деятельность.
15. Международные соглашения в области выставочной деятельности.
16. Управление выставочной деятельностью в России и странах СНГ.
17. Выставочная деятельность в регионах России.
18. Крупнейшие выставочные территории мира.
19. Особенности международных выставок в системе туристического маркетинга.
20. Общая характеристика выставочной деятельности музея.
21. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации.
22. Выставочное оборудование.
23. Законодательная база РФ в области выставочной деятельности.
24. Правила ввоза и вывоза художественных ценностей через границу.
25. Стратегии выхода на международные ярмарки и биеннале.
26. PR-технологий для формирования успешного арт-бренда.

### Вопросы для подготовки к экзамену в 8 семестре (для очной формы обучения) и в 8 семестре (для заочной формы обучения)

1. Выставочное дело и понятие выставка.
2. История международной и отечественной выставочной деятельности.
3. Определение, структура и виды выставочных центров.
4. Классификация выставок.
5. Выставка в системе маркетинговых коммуникаций.
6. Специфика выставочной деятельности компании-экспонента.
7. Организация музейных выставок.
8. Выставочная деятельность как феномен музейной коммуникации.
9. Выставочная деятельность как инструмент маркетинга.
10. Выставочная деятельность Всероссийского выставочного центра (ВВЦ).
11. Планирование процесса при участии в выставке.
12. Формы участия в выставке.
13. Выбор экспонатов и выставочной программы.
14. Регистрация и оформление участия в выставке.

15. Значение выставочного стенда при организационном процессе.
16. Выставочная стадия. Работа на стенде
17. Особенности работы на стенде.
18. Обработка данных об экспонентах и посетителях.
19. Экономический анализ рисков выставочного участия.
20. Экономические аспекты выставочной деятельности.
21. Стоимость участия в выставке.
22. Составление бюджета выставки.
23. Инфраструктура выставочной деятельности.
24. Структуры, координирующие выставочную деятельность.
25. Международные соглашения в области выставочной деятельности.
26. Управление выставочной деятельностью в России и странах СНГ.
27. Крупнейшие выставочные территории мира.
28. Особенности международных выставок в системе туристического маркетинга.
29. Общая характеристика выставочной деятельности музея.
30. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации.
31. Выставочное оборудование.
32. Законодательная база РФ в области выставочной деятельности.
33. Правила ввоза и вывоза художественных ценностей через границу.
34. Стратегии выхода на международные ярмарки и биеннале.
35. PR-технологий для формирования успешного арт-бренда.
36. Координация выставочной деятельности в России.
37. Структуры, способствующие развитию и координирующие выставочную деятельность на международном уровне.
38. Координация галерейной деятельности в России.
39. Законодательная база РФ в области выставочной деятельности.
40. Роль государства в организации торговых выставок.
41. Выставочные комплексы Европы.
42. Выставочные центры Азии.
43. Выставочные комплексы Северной и Южной Америки.
44. Выставочные комплексы Австралии.
45. Специфика размещения выставочных центров в регионах России.
46. Крупнейшие выставочные центры в России.
47. Роль СКД в организации выставочной деятельности в регионах РФ.
48. Выставочная деятельность в музеях: исторического, художественного, литературного, естественнонаучного профиля.
49. Характеристика туристической выставки: ее специфика и особенности.
50. Размещение крупнейших международных центров по организации туристических выставок.

## 9. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В процессе обучения для достижения планируемых результатов освоения дисциплины используются следующие методы образовательных технологий:

- методы ИТ – использование Internet-ресурсов для расширения информационного поля и получения профессиональной информации;
- междисциплинарное обучение – обучение с использованием знаний из различных областей (дисциплин), реализуемых в контексте конкретной задачи;
- проблемное обучение – стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний для решения конкретной поставленной задачи;
- обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности студента посредством ассоциации их собственного опыта с предметом изучения.

Изучение дисциплины «Технологии выставочной деятельности» осуществляется студентами в ходе прослушивания лекций, участия в практических занятиях, а также посредством самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

В рамках лекционного курса материал излагается в соответствии с рабочей программой. При этом преподаватель подробно останавливается на концептуальных темах курса, а также темах, вызывающих у студентов затруднение при изучении. В ходе проведения лекции студенты конспектируют материал, излагаемый преподавателем, записывая подробно базовые определения и понятия.

В ходе проведения практических занятий студенты отвечают на вопросы, вынесенные на самостоятельную подготовку, осуществляют коллективную дискуссию по конкретной проблематике. Такие занятия обеспечивают связь теории с профессиональной практикой. В их основе лежит индивидуальная или групповая работа обучающихся. Кроме того, в ходе практического занятия может быть проведено тестирование, предполагающее выявление уровня знаний по пройденному материалу.

Для изучения дисциплины предусмотрены следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов и консультации.

При проведении различных видов занятий используются интерактивные формы обучения:

Занятия	Используемые интерактивные образовательные технологии
Практические занятия	Кейс-метод (разбор конкретных ситуаций), дискуссии, коллективное решение творческих задач. Интерактивные вебинары – традиционная лекция с дискуссией, разбором, демонстрацией слайдов или фильмов. Голосование, опросы – обсуждение, в ходе которого ученики активно включаются в поиск истины, открыто делятся мнениями и учатся аргументировать свою точку зрения. Мозговой штурм – совместное генерирование идей и поиск нестандартных творческих решений. Проекты – самостоятельная работа над поставленной задачей. Тренинги – совместный поиск решения проблемы с последующим обсуждением.



## 10. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Оценка	Характеристика знания предмета и ответов
<b>Теоретические вопросы для устного опроса в ходе собеседования</b>	
отлично (5)	Студент в полном объеме владеет материалом по изучаемой теме. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения
хорошо (4)	Студент знает материал по изучаемой теме, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок.
удовлетворительно (3)	Студент не в полном объеме знает материал по изучаемой теме, допускает неточности, недостаточно четкие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части материала по изучаемой теме. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.
<b>Контрольная работа (ЗФО)</b>	
зачтено	Работа демонстрирует достаточный уровень знаний студента, овладевшего элементами компетенции «знать» и «уметь». Если в контрольной работе присутствуют все структурные элементы, вопросы по заданному варианту раскрыты полно или имеются незначительные ошибки, изложение материала логично, выводы аргументированы. В списке источников достаточное количество позиций, нет грубых ошибок в его оформлении.
не зачтено	Контрольная работа демонстрирует неудовлетворительный уровень знаний студента, не овладевшего ни одним из элементов компетенции, т.е. обнаружившего существенные пробелы в знании основного программного материала по дисциплине, допустившего принципиальные ошибки при применении теоретических знаний. Если контрольная работа, выполнена небрежно, не по заданному варианту, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению. В списке источников не достаточное количество позиций, имеются грубые ошибки в его оформлении.
<b>Тестовое задание в ходе проведения промежуточной аттестации</b>	
Зачтено	Студент показывает знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и в предстоящей работе по профессии, справляется с выполнением заданий, предусмотренных программой, но допустившим незначительные

	погрешности в ответе. Студент посещает лекционные и практические занятия, активно участвует в обсуждении вопросов, рассматриваемых на занятиях, инициативно выступает с докладами, свободно владеет основным материалом по программе дисциплины, основными понятиями и категориями курса, ориентируется в основной и дополнительной литературе по предмету, демонстрирует практические умения и навыки по разработке содержания социально-культурных программ.
Не зачтено	Студент при ответе на заданные вопросы не способен показать знания основных вопросов дисциплины, он не владеет основными категориями и понятиями дисциплины, а также практическими умениями и навыками по разработке содержания социально-культурных программ.
<b>Тестовое задание в ходе проведения промежуточной аттестации</b>	
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.
хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно четкие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.

## 11. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

### Основная литература:

1. Суворов, Н. Галерейное дело. Обращение произведений искусства [Текст] : учеб. пособие / Н. Суворов. - СПб. : Лань; Планета музыки, 2015. - 287 с. : ил. - (Учебники для вузов. Специальная литература). - ISBN 978-5-8114-1826-8 (Изд-во "Лань"). - ISBN 978-5-91938-182-2 (Изд-во "Планета музыки")
2. Петелин, В.Г. Менеджер предприятия по рекламе и выставкам [Текст] / В.Г. Петелин. - М. : Ось-89, 2001. - 208 с. : ил. - ISBN 5-86894-554-9

### Дополнительная литература

3. Акилова Е. Выставочная деятельность // Аудит и налогообложение. - 2006. - N 12. - С. 22-25.
4. Актуальные проблемы социокультурных исследований [Текст]: мужрегиональный сборник научных статей / Кемеровский государственный университет культуры и искусств. – Кемерово: КемГУКИ, 2010. – Вып. 6. – 303 с. ; То же [Электронный ресурс]. -[http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=131234](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=131234)
5. Андрияка С. Н. От административных стереотипов к новым технологиям // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2004. - N 4. - С. 44-46.
6. Барчук, И.С. Санаторно-курортное дело: учеб.пособие для студентов вузов / И.С. Барчук. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015, 303 с. ;То же [Электронный ресурс]. - [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=117886](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=117886)
7. Быстров Ю. Л. Выставки - инструмент маркетинга // Маркетинг. – 2005. - N 3. - С. 64-71.
8. Волькович А.Ю. Музейная экспозиция как развитая семиотическая система/ Российская культура глазами молодых ученых: Сб. тр.- Вып.5.- Культ-ИнформПресс, 1997.
9. Встретимся на выставке: приметы эффективного стенда // Маркетолог. - 2010. - N 2. - С. 32.
10. Выставочная деятельность // Русская галерея - XXI век / RUSSIAN GALLERY. XXI с. - 2011. - N 5. - С. 84-86.
11. Джефкинс Ф. Реклама: Учеб. пособие для вузов /Пер. с англ. под ред. Б.Л. Ермина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 543 с. ; То же [Электронный ресурс]. - [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=117328](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=117328)
12. Дубровин В. М. Выставка детского творчества в школе: особенности организации: из опыта работы // Воспитание школьников. - 2010. - N 2. - С. 33-35.
13. Знаменский А. В. Модернизация музейной деятельности. Внедрение новых информ. технологий в экспозиц.-выставоч. деятельность провинц. музея // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2003. - N 10. - С. 70-74.
14. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: продвижение туристического продукта: учебник / Е.Н. Ильина. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 176 с.: ил. ; То же [Электронный ресурс]. - [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=68953](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=68953)
15. Киселева Л. В поисках визуальной культуры. // Библиотека. – 2007. – № 4. – С. 41–45.
16. Киселева Л. Как организовать работу на выставке // Рекламные технологии. – 2003. - N 7. - С. 50-51.
17. Конфетка для выставки и другие нестандартные способы участия в выставочных мероприятиях // Маркетолог. - 2011. - N 1. - С. 14.
18. Михолап С. Выставки как эффективный инструмент экспортного маркетинга // Маркетинг: идеи и технологии. - 2011. - N 5. - С. 39-44.
19. Лаевская, Г. Встречи в выставочном зале / Г. Лаевская. – М.: Новый хронограф, 2010. – 224 с.: ил. ; То же [Электронный ресурс]. - [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=228466](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=228466)

20. Ломова, О.С. Деловое общение специалиста по рекламе: учеб.пос. для студентов вузов / О.С. Ломова; под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2015. – 239 с. ;То же [Электронный ресурс]. -[http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=114801](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114801)

21. Тумарь, В.Н. Оформление экспозиций: поиск новых решений // Библиотека. – 2003. – № 2. – С. 78.

22. Учёнова, В.В. История отечественной рекламы. 1917-1990: Учеб.пособие по дисциплине «Основы рекламы и паблик рилейшнз» для студентов вузов / В.В. Учёнова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 287 с.: ил. ; То же [Электронный ресурс]. - [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=119137](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=119137)

23. Федина, А.И. Экскурсоведение [Текст]: учеб.пособие/М-во образования РФ; КСЭИ /А.И.Федина.-Краснодар,2006. (29 экз.)

24. Юренева, Т.Ю. Художественные музеи Западной Европы [Текст] : история и коллекции: учеб.пособие для студ. вузов / Т. Ю. Юренева ; Т.Ю. Юренева. - М. :Академ. Проект, 2007. - 414 с. : ил., цв. вкл.(48 с.). (7 экз.)

#### Периодические издания

25. Вопросы культурологии

26. Дом культуры

27. Мир музея

28. Мир экскурсий

29. Музей

30. Музеум

31. Культура

32. Охрана памятников

33. Экспомир

#### Интернет-ресурсы

34. Баубекова С.А. Реальные и виртуальные выставки: некоторые методические рекомендации // Книга. Читатель. Культура : материалы 2-й регион. науч.-практ. конф. - Владивосток, 2004. - С. 86-92 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://ini-fb.dvfu.ru/index.php?fold=menu/pub/konf/kchk2003/s2-bay>

35. Выставочной дело: учебник [Электронный ресурс] ;Региональный финансово-экономический институт. - Курск, 2011. - 157 с. – Режим доступа: [http://lib.rfei.ru/system/193/193-Выставочное%20дело%20\(основной%20учебник\).pdf](http://lib.rfei.ru/system/193/193-Выставочное%20дело%20(основной%20учебник).pdf)

36. Государственный Исторический музей Электронный ресурс. -Электронные дан. Режим доступа :<http://www.shm.ru/2000.htm>.

37. Исакова Н. Управленческие таланты – в борьбе за место под выставочным солнцем //Журнал ТПП РФ «Экспо Ведомости». – № 1. – 2008 г. [электронный ресурс]– Режим доступа. –URL: [http://www.informexpo.ru/new/view\\_content.php?id=2176](http://www.informexpo.ru/new/view_content.php?id=2176)

38. Методика организации тематических выставок в школе – Электрон.ресурс : <http://referatoff.net/r22092/>

39. Музеи России Электронный ресурс. Электронные дан. - Режим доступа :<http://www.museum.ru>.

40. Мягкоход Л. Виртуальные выставки: технология создания (акмеологическое консультирование) [Электронный ресурс] // ТОГОАУ ДПО "Институт повышения квалификации работников образования" : [сайт]. – Тамбов, 16.03.2011. - URL: <http://ipk.68edu.ru/2010-05-31-12-25-16/oir/627-biblvist.html>

41. Научная электронная «КиберЛенинка» - Электрон. Ресурс :<http://cyberleninka.ru/>

42. Теория выставочной деятельности. – Режим доступа: <http://nindo.ru/index.php/joomla-overview>

43. Электронная гуманитарная библиотека: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gumfak.ru/>.

## **12.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Учебные занятия проводятся в аудиториях согласно расписанию занятий. Для проведения лекционных и практических занятий используются специализированное оборудование, учебный класс, который оснащён аудиовизуальной техникой для показа лекционного материала и презентаций.

Для самостоятельной работы студенты используют литературу читального зала библиотеки Академии Матусовского, имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы Академии, а также возможность использования компьютерной техники, оснащенной необходимым программным обеспечением, электронными учебными пособиями и законодательно-правовой и нормативной поисковой системой, имеющий выход в глобальную сеть Интернет.