

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

Кафедра менеджмента

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 - 2021 год

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

Программу разработала Аронова В.В., кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента

Рассмотрено на заседании кафедры менеджмента (Академии Матусовского)

Протокол № 9 от 12.04.2023 г.

Заведующий 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.

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:

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 з. е., 216 часов.

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 часть, формируемую участниками образовательных отношений, 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, профиль «Менеджмент социально-культурной деятельности»: ПК-6.

Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ПК-6	Способен применять технологии эффективного продвижения и конкурентоспособного позиционирования проектов в сфере культуры методами рекламы, PR и маркетинга	ПК-6.1. Владеет методами рекламы, PR и маркетинга для эффективного продвижения выставочных проектов и формирования конкурентоспособного имиджа выставочной площадки, умеет разрабатывать и реализовывать комплексные стратегии продвижения, учитывающие специфику выставочной тематики, целевую аудиторию и современные тенденции в сфере выставочной деятельности.	Знать: общие принципы, методы и формы построения экспозиций музеев; особенности территориального размещения основных выставочных центров в России и мире в целом. Уметь: идентифицировать потребности и интересы разных социально-экономических групп в выставочной деятельности, предлагать механизмы их взаимодействия между собой в контексте развития выставочного дела. Владеть: навыками организации и проведения выставочных мероприятий с применением технологий социокультурной деятельности

-

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	-	2	-
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	7	-
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	-
Всего часов	72	28	32	12	-	72	6	6	60	-
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	12	2	2	8	-	12	-	-	12	-

деятельности в России и странах СНГ.										
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	-	-	13	1
Тема 19. Общая характеристика выставочной деятельности музея.	18	2	2	8	6	18	-	-	17	1
Тема 20. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации.	18	2	2	8	6	18	-	-	17	1
Тема 21. Выставочное оборудование.	18	2	2	8	6	18	-	-	17	1
Всего часов	144	24	20	82	18	144	4	4	132	4
Всего часов за весь период обучения	216	52	52	94	18	216	10	10	192	4

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-салоны.
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 деятельности 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.

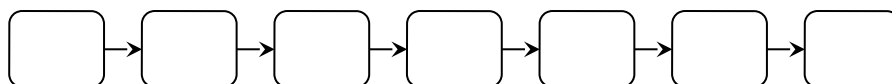
8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ

8.1 Тестовые задания

1. Установите соответствие между левым и правым столбцами

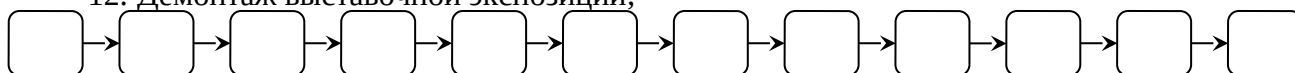
№	Определение	№	Понятие
1	это кратковременное, периодически и обычно в одном и том же месте проводимое мероприятие, в рамках которого значительное число предприятий (экспоненты) с помощью образцов (экспонатов) дают представительную картину предложения товаров/услуг одной или нескольких отраслей и стремятся 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
Теоретические вопросы для устного опроса в ходе собеседования	
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.
Контрольная работа (ЗФО)	
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.
Тестовое задание в ходе проведения промежуточной аттестации	
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.
Тестовое задание в ходе проведения промежуточной аттестации	
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

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

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

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

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

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

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

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](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

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](http://www.museum.ru).

40. Мягоход 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-biblvest.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.