

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)



Проректор по ОД

А.А.Панфилов

« 29 » 08 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ОСНОВЫ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Уровень высшего образования **Бакалавриат**

Форма обучения заочная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
10	3/108	10	20		78	зачет
Итого	3/108	10	20		78	зачет

Владимир 2016

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Основы выставочной деятельности» являются

- ознакомление с историей возникновения и развития выставочной деятельности,
- ознакомление с особенностями организации выставок разного уровня.

Учебная дисциплина «Основы выставочной деятельности» ориентирует студентов на практическую деятельность будущих специалистов. Курс «Основы выставочной деятельности» предполагает изучение студентами основных этапов развития выставочной деятельности в России и за рубежом, теоретических основ презентации продукта; рассмотрение основных стилей, направлений в выставочной деятельности; ознакомление с основными понятиями выставочной деятельности.

Задачами курса являются:

- изучить историю развития выставочной деятельности;
- освоить выставочно-презентационную терминологию, а также основные методы организации выставок;
- ввести студентов в круг проблем современной выставочной деятельности;
- изучить основные стили и направления в организации выставок.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Основы выставочной деятельности» относится к дисциплинам базовой части учебного плана образовательной программы.

Для освоения дисциплины «Основы выставочной деятельности» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин «Теория и практика массовой информации», «Основы рекламы», «Теория и практика связей с общественностью».

Содержание дисциплины «Основы выставочной деятельности» является необходимым компонентом в подготовке компетентных специалистов в рекламе и связей с общественностью, которое обеспечивает наполнение актуальным содержанием дисциплины профессионального цикла, и позволяет в дальнейшем применять полученные знания и умения в процессе изучения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» и прохождения производственной практики.

Для достижения эффективных результатов обучения следует использовать систематический контроль над работой студентов, а так же различные формы обучения, как то:

1. чередование практических занятий с самостоятельной работой;

2. выделение теоретических понятий, запись их определений в глоссарий, рассчитанное на углубление содержания этих понятий в процессе дальнейшего освоения предмета.

3. работа с мультимедийными средствами, позволяющими изучать и анализировать всемирно известные выставочные проекты.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

- 1) Знать: теоретические основы организации и проведения коммуникационный и рекламных кампаний и мероприятий (ПК-7, ПК-13);
- 2) Уметь: планировать и разрабатывать коммуникационный и рекламные кампании и мероприятия (ПК-7, ПК-13);
- 3) Владеть:
 - способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);
 - способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13).
 - навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3)

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)							Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)	
				Лекции	Консультации	Семинары	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы, коллоквиумы	СРС			КП / КР
2	Методология организации выставок.	10	2				4			18		4/67%	

3	Этапы исторической эволюции выставочного пространства. Стили и направления в выставочной деятельности.	10		2			4			18		4/67%	
4	Мировоззренческие выставочные концепции различных жанров и видов искусств.	10		2			4			6		4/67%	
7	Создание концепции выставки.	10		2			4			18		4/67%	
8	Замысел, организация, формирование и завершение выставки.	10		2			4			18		4/67%	
Всего				10			20			78		20/67%	Зачет

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Методы: демонстрации (видеофильмов, видео-конференций, видео-записи и т.д.), выступлений специалистов в области выставочных с последующим обсуждением. Посещение выставок изобразительного искусства и дизайна в г. Тюмени, защита проектов, презентаций, курсовых работ, анализ выставочных проектов профессиональных кураторов и студентов. Формы: информационные лекции, лекции-визуализации, экскурсии, деловая игра « Мой выставочный проект на тему...».

Для достижения эффективных результатов обучения следует использовать систематический контроль над работой студентов, а так же различные формы обучения, как то:

4. чередование практических занятий с самостоятельной работой;

5. выделение теоретических понятий, запись их определений в глоссарий, рассчитанное на углубление содержания этих понятий в процессе дальнейшего освоения предмета.

6. работа с мультимедийными средствами, позволяющими изучать и анализировать всемирно известные выставочные проекты.

Для повышения эффективности освоения материала отводятся часы на самостоятельную работу: написание реферата, работу со словарями, учебными пособиями, справочниками, научными трудами специалистов по проблемам организации выставочного пространства.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах составляет 20 часов или 67% аудиторных занятий. Занятия лекционного типа составляют 10 часов или 33% аудиторных занятий (определяется соответствующим ФГОС).

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Становление и развитие художественно-выставочной деятельности за рубежом.
2. Международные выставочные проекты.
3. Выставочное искусство, искусство экспозиционирования.
4. Современные международные выставочные проекты в странах Европы, США, России.
5. Организация и структура современной зарубежной выставочной деятельности.
6. Функции художественных выставок в современном обществе.
7. Материально-техническая база выставок.
8. Современные тенденции развития выставочного дела.
9. Законодательная и нормативно-правовая база выставочной
10. деятельности.
11. Защита интеллектуальной собственности, демонстрируемой выставках.
12. Социальные цели, задачи и функции выставок товаров и услуг.
13. Экономика и финансы выставочного предпринимательства.
14. Инвестиционный менеджмент и привлечение инвестиций
15. выставочной деятельности.
16. Выставочный менеджмент.
17. Методы планирования выставочных работ и выставочных программ.

18. Современные системы управления ресурсами выставочной организации.
19. Документационное обеспечение выставочной деятельности.
20. Художественное проектирование и оформление выставки.
21. Тематические и национальные разделы на международных и всемирных выставках.
22. Сущность, цели и функции рекламной деятельности на выставках.
23. Рекламные технологии на выставках.

Задания для контрольной работы

1. Разработать для выставочного проекта:

- Логотип (3 варианта).
- Плакат (афиша).
- Эскизы сувенирной продукции.
- Приглашение.

2. Разработать концепцию выставочного проекта на предложенную тему.

Примерные темы выставочного проекта:

1. «Великие реалисты»
 2. «Мастер и ученик»
 3. «Между содержанием и формой»
- Рейтинг-контроль 3.

3. Разработать пресс-релиз выставки.

Вопросы для зачета

1. Назовите истоки искусства экспозиционирования.
2. Дайте общее определение терминам «выставка», «экспонат», «экспонент».
3. Назовите важнейшие функции и задачи художественных выставок.
4. Каковы тенденции развития выставочного дела в современном обществе?
5. Назовите основные виды организаций-устроителей выставок.
6. Назовите крупнейшие международные российские и зарубежные выставочные проекты.
7. Что такое материально-техническая база выставочной деятельности.
8. Правовое регулирование выставочной деятельности.
9. Назовите основные источники финансирования выставочной деятельности.
10. Как осуществляется координация выставочной деятельности на международном уровне?

11. Объясните выбор названия, формулирование целей и задач выставки.
12. Как создается оргкомитет выставки?
13. Назовите основные функции оргкомитета выставки.
14. Что такое смета затрат, финансовый план и бюджет выставки?
15. Назовите основные этапы рабочего плана подготовки выставки.
16. Каковы условия участия в выставке экспонентов?
17. Что представляет собой заявочно-договорная документация?
18. Что такое тематический план и тематико-экспозиционный план выставки?
19. Каковы особенности рекламы в СМК относительно выставочной деятельности?
20. Особенности формирования бюджета и смет расходов на рекламу выставочной деятельности.
21. Основные мероприятия PR в ходе подготовки и проведения выставок.
22. Художественное оформление выставки. Дизайн интерьера выставки.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература*:

1. Петелин, В. Г. Основы менеджмента выставочной деятельности [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления (060000), специальностям «Коммерция» (351300) и «Реклама» (350400) / В. Г. Петелин. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 447 с. - ISBN 5-238-00935-6// <http://www.iprbookshop.ru/34489.html>
2. Потапова С.А. Экскурсионно-выставочная деятельность [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Потапова С.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский гуманитарный университет, 2012.— 99 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14533>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю// <http://www.iprbookshop.ru/14533.html>
3. Исаенко, Е. В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг» / Е. В. Исаенко, А. Г. Васильев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 351 с. - ISBN 978-5-238-01662-7// <http://znanium.com/bookread2.php?book=396131>

б) дополнительная литература*:

1. Гойхман О. Я. Методика организации и проведения мероприятий: методические указания по выполнению контрольных работ [Электронный ресурс] / О. Я. Гойхман. -

М.: РГУТиС, 2008. - 12 с. - Режим доступа: [http://znanium.com/
http://znanium.com/bookread2.php?book=365011](http://znanium.com/http://znanium.com/bookread2.php?book=365011)

2. Основы выставочно-ярмарочной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов/ Л.Е. Стровский [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 288 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52626/>
<http://www.iprbookshop.ru/52626.html>
3. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Бердышев С.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2010.— 178 с.— Режим доступа:
<http://www.iprbookshop.ru/851/> <http://www.iprbookshop.ru/851.html>
4. Федоренко В.Ф. Опыт организации и проведения региональных выставок в АПК [Электронный ресурс]: научный аналитический обзор/ Федоренко В.Ф., Буклагин Д.С., Березенко Н.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Росинформагротех, 2008.— 80 с.— Режим доступа:
<http://www.iprbookshop.ru/15751/> <http://www.iprbookshop.ru/15751.html>

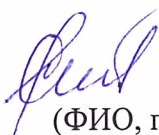
г) интернет-ресурсы:

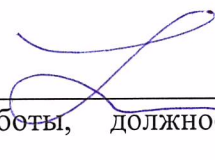
www/sovetnik.com

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудитория 223-3 на 50 мест.

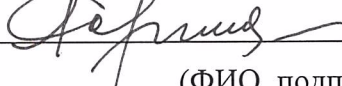
Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Рабочую программу составил  доцент, канд. филос. наук С.Ю.Соколова
(ФИО, подпись)

Рецензент
(представитель работодателя) 
подпись) Алишеров А.Н. (место работы, должность, ФИО,

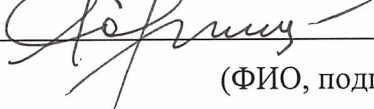
Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ИПСО

Протокол № 1 от 29.08.16 года

Заведующий кафедрой 
(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Протокол № 1. УМК от 29.08.16 года

Председатель комиссии 
(ФИО, подпись)

ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Рабочая программа одобрена на 2016-2017 учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Приложение

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)**

Институт _____

Кафедра _____

Актуализированная
рабочая программа
рассмотрена и одобрена
на заседании кафедры

протокол № ____ от ____ 20__ г.

Заведующий кафедрой

(подпись, ФИО)

Актуализация рабочей программы дисциплины

ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

(наименование дисциплины)

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль/программа подготовки Реклама и связи с общественностью

Уровень высшего образования бакалавриат

Форма обучения очная

Владимир 2015

Рабочая программа учебной дисциплины актуализирована в части рекомендуемой литературы.

Актуализация выполнена: _____ доцент С.Ю.Соколова
(подпись, должность, ФИО)

а) основная литература

Теория коммуникации : учебник для бакалавров / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 415 с.
Код доступа: http://static2.ozone.ru/multimedia/book_file/1008797468.pdf

б) дополнительная литература: _____

в) периодические издания: _____

в) интернет-ресурсы: _____

