

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

Кафедра туризма и сервиса

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ  
К ЛЕКЦИОННЫМ ЗАНЯТИЯМ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
«Выставочные технологии в туризме»  
для студентов, обучающихся по специальности  
43.02.10 – «Туризм»**

**Составитель:**  
преподаватель КИТП  
Журавлев А.А.

Владимир 2021

## ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Для освоения дисциплины предусмотрены различные виды занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся.

### Цели и задачи учебной дисциплины

Целью данной дисциплины является формирование целостного представления об основных направлениях и методах в области современной практики выставочной деятельности. Она способствует усвоению студентами знаний и приобретение практических навыков, связанных с современными выставочными технологиями.

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать деятельность выставочных центров и компаний, специализирующихся на выставочно-ярмарочной деятельности;</li> <li>- проводить мониторинг современных выставочных услуг разного профиля;</li> <li>- организовывать выставочное мероприятие с учетом современных тенденций;</li> <li>- анализировать новации в современной выставочной деятельности и уметь внедрять их на практике при решении организационных задач в сфере выставочных услуг;</li> <li>- работать с широкой информационно-справочной базой, раскрывающей особенности выставочной деятельности;</li> <li>- внедрять методы, направленные на использование информационных коммуникационных технологий при организации как целого выставочного пространства, так и отдельного стенда;</li> <li>- работать в коллективе, деятельность которого направлена на организацию и проведение выставочного мероприятия;</li> <li>- планировать деятельность по организации (с учетом распределения ответственности) выставочного мероприятия и оценивать результативность запланированных этапов;</li> <li>- самостоятельно ориентироваться в новациях выставочной деятельности, направленных на развитие видового разнообразия и качества выставочно-ярмарочных услуг;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- методику работы со справочными и историческими материалами, раскрывающими специфику выставочной деятельности;</li> <li>- методику, позволяющую проводить оценку эффективности современных выставочных мероприятий разного профиля;</li> <li>- инновационные подходы в решении организационного выставочного процесса;</li> <li>- методы по эффективному поиску информации в сфере современных выставочных услуг;</li> <li>- методы и принципы применения информационно-коммуникационных технологий при формировании экспозиционно-выставочной площадки;</li> <li>- специфику деятельности компаний по организации и проведению выставочных мероприятий;</li> <li>- методику планирования и организации выставочных мероприятий;</li> <li>- специфику профильных стандартов в современной выставочной деятельности, аспекте планирования самостоятельного повышения квалификации;</li> <li>- особенности новшеств в сфере выставочных технологий и профессиональных выставочно-ярмарочных услуг.</li> </ul>

	- адаптироваться в условиях частой смены технологий, направленных на расширение видового разнообразия выставочных услуг и мероприятий.	
ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 3.1, ПК 3.4.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- эффективно работать с запросами потребителей в аспекте выстраивания и реализации качественной концепции выставочного мероприятия;</li> <li>- применять методы и приемы, направленные на информирование потребителей о новых продуктах (экспонатах) туристского профиля в рамках проведения выставочного мероприятия;</li> <li>- проводить мониторинг в аспекте выявления новых турпродуктов на рынке туристских услуг для выстраивания актуальной выставочной концепции;</li> <li>- применять на практике формы и методы работы с экспонатами (участниками) туристского выставочного мероприятия.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности потребительского рынка выставочных услуг в контексте мотиваций посещения выставочно-ярмарочных мероприятий;</li> <li>- приемы и методы, позволяющие качественно представить для аудитории новации туристского рынка в рамках проведения выставочно-ярмарочного мероприятия;</li> <li>- новые сегменты современного туристского рынка для подготовки инновационной концепции выставочного мероприятия;</li> <li>- основные форматы и документы при работе с экспонатами для эффективного проведения туристского выставочного мероприятия.</li> </ul>

## ТЕМАТИКА ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ

### Раздел 1. Современная выставочная деятельность: терминология и характеристика особенностей

Терминология современной выставочной деятельности: основные подходы. Термины «выставочная деятельность», «выставка», «экспонат», «ярмарка», «экспонент», «экспонитор». Функции выставочного мероприятия.

Законодательная база в сфере выставочной деятельности (российский опыт). Гражданский кодекс РФ. Федеральный закон «О бухгалтерском учете». Налоговый кодекс РФ. Таможенный кодекс РФ. Трудовой кодекс РФ. Административный кодекс РФ. ГОСТ Р 56765 «Деятельность выставочно-ярмарочная. Основные положения». ГОСТ 32608 «Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения». Характеристика организаций, занимающихся регулированием международной деятельности выставок и ярмарок. «Международное бюро выставок». Союз международных ярмарок Рыночная группа по международным ярмаркам.

Классификация выставок: зарубежный опыт (подходы и мотивация). По территориальному признаку или по происхождению экспонатов. По широте

тематики. По периодичности проведения. По направлению работы. По датировке выставочного мероприятия. По тематике выставки.

## **Раздел 2. История выставочно-ярмарочной деятельности**

Особенности хронологии выставочной деятельности: определение периодизации. Период первобытности. Период древнейших восточных цивилизаций. Период античности. Традиция демонстрации реликвий, военных трофеев. Пинакотека Акрополя. Картинные галереи в Риме. Интерьер храма и визуальная трансляция смыслов.

Общая характеристика исторических этапов в развитии выставочной деятельности за рубежом. Период средневековья. Эпоха Возрождения. Эпоха Просвещения. Первые выставки в Англии (1745, 1756, 1761) и Франции (1757, 1791). Демонстрация предметов искусства. Промышленный переворот в Англии (1760-е гг.). Национальные выставки Франции (1798, 1801, 1802, 1806). Первая Всемирная выставка в Лондоне (1851). Всемирные выставки второй половины XIX в. (Париж, 1855, 1867, 1878, 1889, 1900; Лондон, 1862; Вене, 1873; Филадельфии, 1876; Чикаго, 1893).

Выставочная деятельность в России: исторический аспект (выделение этапов). Древнейший период. Период развития Московского царства. Смутное время. Период правления династии Романовых. Выставочная деятельность в СССР. Развитие современной выставочной деятельности с 1991 г. по наши дни.

Анализ исторических этапов в развитии выставочной деятельности в России. Истоки выставочной деятельности в Древней Руси. Демонстрация военных трофеев, культовых реликвий, посольских даров. Оружейная палата. «Смотрины» при Петре Первом. Первая Всероссийская мануфактурная выставка в Санкт-Петербурге (1829). Выставка в Москве (1831). Выставки в губернских городах (1836). Общероссийские сельскохозяйственные выставки (1850, 1860). Всероссийская художественно-промышленная выставка в Нижнем Новгороде (1896). Участие России во Всемирных выставках XIX-начала XX вв. Возобновление выставочной деятельности как фактор восстановления экономики после революции 1917 г. Создание «Всеросвыставкома» (1921). Открытие ВСХВ (1939-1941). Участие СССР во Всемирных выставках (1925, 1937). Участие СССР во Всемирных выставках.

Советский выставочный ансамбль и его художественное дизайнерское воплощение.

### **Раздел 3. Особенности организации и технологические аспекты выставочной деятельности**

Методика и современные подходы к организации выставочной деятельности. Субъекты) выставочно-ярмарочной деятельности. Объект выставочно-ярмарочной деятельности. Предмет выставочно-ярмарочной деятельности Организаторы выставочно-ярмарочной деятельности Примерная структура выставочной организации.

Характеристика подготовительного этапа выставочного мероприятия Планирование участия в выставочном мероприятии. Планирование выставочного мероприятия для организатора. Технологический процесс подготовки выставки. Выбор новой выставочной тематики. Подготовка приказа о подготовке и проведении выставки. Создание оргкомитета, рабочих групп и дирекции выставки. Разработка финансового плана, бюджета, сметы затрат выставки. Целевая аудитория.

Особенности проведения выставочно-ярмарочного мероприятия. Выставочная концепция. Комплектование экспонатов. Тематико-экспозиционный план. Оборудование стенда. Виды выставочных стендов.

Сопровождение выставки (маркетинговые технологии). Выставочный каталог.

Анализ итогов выставочного мероприятия: отчетная документация. Ликвидация экспозиций. Общий раздел отчёта. Финансовый раздел отчета.

### **ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ**

#### **Основная литература**

Фомичев, В.И. Выставочное дело: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. И. Фомичев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 134 с.

Комарова, Л.К. Основы выставочной деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л.К. Комарова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 194 с.

Комарова, Л.К. Основы выставочной деятельности: учебное пособие для вузов / Л.К. Комарова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 194 с.

#### **Дополнительная литература**

Абабков, Ю.Н. Маркетинг в туризме: учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 214 с.

Восколович, Н.А. Маркетинговые технологии в туризме: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н.А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 191 с.

Синяева, И.М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 552 с.

#### **Интернет-ресурсы**

1. Сайт Российского союза туриндустрии: [www.rostourunion.ru](http://www.rostourunion.ru)
2. Профессиональный туристический портал: [www.tourdom.ru](http://www.tourdom.ru)
3. Официальный сайт газеты «Турифо»: [www.tourinfo.ru](http://www.tourinfo.ru)
4. Выставки России, СНГ и мира: <http://www.exponet.ru>
5. Тематический сайт РБК о туризме: <http://www.turist.rbc.ru>
6. Сайт «Экспоцентр»: [www.exposentr.ru](http://www.exposentr.ru)
7. Сайт «Всероссийский Выставочный Центр»: [www.vvcenter.ru](http://www.vvcenter.ru)
8. Международный союз ярмарок (UFI): [www.ufinet.org](http://www.ufinet.org)