

АЛМАТИНСКИЙ ФИЛИАЛ НЕГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОФСОЮЗОВ»



Г.Т. АБИТОВА

ТЕХНОЛОГИЯ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
к практическим занятиям**

Алматы

2016

Автор-составитель:
АБИТОВА Г.Т.,
кандидат педагогических наук,
доцент Алматинского филиала НОУ ВПО
«Санкт-Петербургский Гуманитарный университет профсоюзов»

Рекомендовано к печати
Учебно-методическим советом Алматинского филиала НОУ ВПО
«Санкт-Петербургский Гуманитарный университет профсоюзов»
от «21» декабря 2016 г. Протокол № 3

© Абитова Г.Т., 2016.

© АФ НОУ ВПО «СПбГУП», 2016.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К РАЗЛИЧНЫМ ВИДАМ РАБОТ	7
2. ТЕМАТИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
ТЕМА 1.История и современное состояние выставочного дела	17
ТЕМА 2. Терминология современной выставочно-ярмарочной деятельности.....	19
ТЕМА 3. Организация и структура современной выставочной деятельности.....	20
ТЕМА 4. Законодательное обеспечение выставочной деятельности.....	23
ТЕМА 5. Менеджмент выставочной деятельности.....	25
ТЕМА 6. Организация и управление работой выставочного персонала.....	26
ТЕМА 7. Классификация выставок и ярмарок.....	29
ТЕМА 8. Технология подготовки выставки.....	31
ТЕМА 9. Планирование выставочного материала.....	33
ТЕМА 10. Реклама выставок в средствах массовой информации... ..	35
ТЕМА 11. Организация работы выставки и ее закрытие.....	37
ТЕМА 12. Значение выставочного стенда в организационном процессе.....	39
ТЕМА 13. Требования к работе стендиста.....	41
ТЕМА 14. Организация работ в послевыставочный период.....	42
ТЕМА 15. Особенности организации и проведения исторической выставки.....	45

ВВЕДЕНИЕ

Выставка – публичная демонстрация достижений в области материальной и духовной деятельности человека, способ наглядной пропаганды и привлечения внимания потребителей к результатам деятельности.

Выставочная деятельность организуется с целью формирования и продвижения имиджа компании для всех групп общественности путем проведения специальных показов. Для многих компаний важен сам факт участия в выставке, в которой они видят, прежде всего, имиджевую акцию, направленную на повышение «позитивной узнаваемости», средством поддержания делового контакта с целевой аудиторией.

Информация об участниках выставки появляется в Интернете и средствах массовой информации — на телевидении, радио или в прессе. Таким способом не только участники, но и более широкие круги деловой общественности знакомятся с деятельностью и продукцией экспонентов.

При этом выставки оказывают ускоряющее воздействие на науку, технику и производство, развитие производительных сил на планете, являясь стимулятором и интенсификатором научной, культурной и технической мысли. Многие новации, впервые продемонстрированные на выставках, потом были растиражированы и прочно вошли в жизнь. Поэтому выставки одновременно являются своеобразной лабораторией по проверке новинок на актуальность и приемлемость новых творческих идей и решений, на соответствие их духовным потребностям.

Целью преподавания данной дисциплины является формирование базовых знаний в области технологии выставочно-ярмарочной деятельности и на этой основе выработки навыков организации и проведения выставок в современных условиях.

Достижение цели реализуется решением следующих задач:

- овладение теоретическими знаниями и практическими навыками по организации и проведению выставок различной тематики и уровня, а также основным направлениям информационно-рекламного сопровождения выставок, ярмарок и специальных профессиональных проектов;

- получение знаний о наиболее актуальных сторонах выставочно-ярмарочной деятельности в России и Казахстане, за рубежом, её инфраструктуре, важнейших организационных мероприятиях;

- ознакомление с технологиями организации и рекламно-информационного сопровождения выставок и презентаций.

В результате освоения дисциплины студенты должны:

1) знать:

- понятийный аппарат выставочно-ярмарочной деятельности;
- классификацию выставочно-презентационной деятельности;
- особенности современного выставочного процесса, роль, место выставки в современной культуре;

- специфику отдельных видов выставочных проектов, типологию экспозиций, функциональные особенности различных выставок, экономические аспекты выставочной деятельности;

- основные технологии и методы выставочной деятельности и практику их использования в выставочно-ярмарочной деятельности.

2) уметь:

- ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития выставочной деятельности;

- ориентироваться в специальной отраслевой литературе, уметь работать с интернет-источниками по данному профилю;

- планировать и организовывать выставочную деятельность разных профилей;

- применять освоенное знание по технологии выставочной деятельности в современной социокультурной ситуации;

- сформировать концепцию выставки, цели, задачи выставочного проекта;

- использовать полученное знание о технологии выставочной деятельности в совокупности со знаниями о социально-культурной деятельности, PR и рекламе, менеджменте, маркетинге, социокультурном проектировании.

3) владеть навыками:

- представления о тенденциях выставочной деятельности на современном этапе и актуальных технологиях выставочной деятельности;

- понимания системных взаимосвязей внутри современного художественного процесса и его связи с тенденциями развития современной культуры;

- культуры и самостоятельности мышления в процессе разработки выставочного проекта, продвижения выставочного проекта, программы работы выставки;

- владения знаниями о художественных средствах оформления выставки;

- умения подготовить сопровождающие текстовые материалы к выставке;

- готовности к работе в междисциплинарной команде.

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К РАЗЛИЧНЫМ ВИДАМ РАБОТ

Изучение в лекционном курсе теоретических основ в современном направлении развития выставочно-ярмарочной деятельности дополняется практическими занятиями, где рассматриваются тенденции выставочной деятельности на современном этапе и актуальные технологии выставочной деятельности; специфика отдельных видов выставочных проектов, типология экспозиций, функциональные особенности различных выставок, экономические аспекты выставочной деятельности.

Выбор формы семинарского (практического) занятия по дисциплине «Технологии выставочной деятельности» зависит от рассматриваемой темы и характера рекомендуемых по ней источников, индивидуальных особенностей студентов.

Семинарские (практические) занятия по дисциплине «Технологии выставочной деятельности» могут проводиться в следующих формах: развернутая беседа, обсуждение докладов, конспектирование, компьютерная презентация, написание тематического эссе, анализ выставки и подготовка выставочного проекта.

1.1 РАБОТА С ЛИТЕРАТУРОЙ

К каждой конкретной теме занятия даны материалы, доступные в сети Интернет и имеющиеся в фонде библиотеки АФ СПбГУП.

Комментированное чтение первоисточников преследует цель содействовать более осмысленной и тщательной работе над рекомендуемой литературой. Чаще всего оно составляет лишь элемент обычного семинара в виде развернутой беседы и длится всего 15-20 минут. Комментированное чтение позволяет приучать студентов лучше разбираться в источниках. Комментирование может быть выделено в качестве самостоятельного пункта плана семинара.

1.2 КОНСПЕКТИРОВАНИЕ

Конспектирование – краткое и последовательное изложение содержания прочитанного. Конспект – сложный способ изложения содержания книги или статьи в логической последовательности. Конспект

аккумулирует в себе предыдущие виды записи, позволяет всесторонне охватить содержание книги, статьи. Поэтому умение составлять план, тезисы, делать выписки и другие записи определяет и технологию составления конспекта.

Методико-практические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Попутно отмечайте непонятные места, новые слова, имена, даты.

2. Уточните в справочной литературе непонятные слова о лицах, событиях, упомянутых в тексте. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля.

3. При первом чтении текста выделите главное и составьте простой план. При повторном чтении постарайтесь кратко сформулировать основное положение текста и отметьте аргументацию автора. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства.

4. Перечитайте ранее отмеченные места и проверьте последовательность записей.

5. Старайтесь выразить мысль своими словами; записи следует вести четко и ясно, кратко по объему, но емко по содержанию.

6. Стремитесь к тому, чтобы один абзац авторского текста был передан при конспектировании одним, максимум двумя предложениями.

7. Грамотно записывайте цитаты, а цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли.

8. Необходимо заботиться о стиле и выразительности написанного материала.

Таким образом, овладение навыками конспектирования требует целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

1.3 ПОДГОТОВКА ДОКЛАДОВ ИЛИ СООБЩЕНИЙ

Учебные доклады, выступления, сообщения, беседы позволяют продемонстрировать теоретические и эмпирические знания, умения систематизировать и концептуализировать определенный излагаемый материал.

Требования к выступлениям студентов:

1) зачитывание плана выступления или доклада;

2) раскрытие сущности проблемы (то есть все аспекты темы должны быть освещены);

3) самостоятельность в подборе фактического материала и аналитическое отношение к нему, умение рассматривать примеры и факты во взаимосвязи и взаимообусловленности, отбирать наиболее существенные из них;

4) примеры и факты должны быть существенными, по возможности перекликаться с профилем обучения, быть исторически-специализированными;

5) выступления должны демонстрировать:

- соответствие требованиям логики;
- четкое вычленение излагаемой проблемы и ее четкую формулировку;

- неукоснительную последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в процессе обоснования;

- правильное и содержательное использование понятий и терминов;
- методологическое значение излагаемой темы для научной, профессиональной и практической деятельности.

Обязателен анализ не только содержания выступлений, но и их формы – речи, дикции, поведения за кафедрой, характера общения с аудиторией.

Доклад – это официальное сообщение, посвященное заданной теме, которое может содержать описание состояния дел в какой-либо сфере деятельности или ситуации; взгляд автора на ситуацию или проблему, анализ и возможные пути решения проблемы. Доклад может быть как письменным, так и устным. Доклады готовятся по заранее предложенной тематике. Благодаря им прививаются навыки научной, творческой работы, развиваются самостоятельность мышления, вкус к поиску новых идей, фактов, примеров.

Обычно выносятся на обсуждение не более 4-5 докладов продолжительностью в 7-10 минут (при двухчасовом семинаре). Иногда кроме докладчиков по инициативе преподавателя или же по желанию самих студентов назначаются содокладчики и оппоненты. Последние обычно знакомятся предварительно с текстами докладов, чтобы не повторять их содержание. Тематика докладов возможна самая

разнообразная: она может совпадать с формулировкой вопроса в плане семинарского занятия или отражать лишь одну его сторону, связанную с практическим значением проблемы, особенно в профессиональной сфере участников семинара. Письменный текст должен быть правильно построен и оформлен, грамотно написан и удовлетворительно раскрывать тему содержания.

Устное выступление должно хорошо восприниматься на слух, то есть быть интересно поданным для аудитории. Для представления устного доклада полезно составить тезисы – опорные пункты выступления докладчика (обоснование актуальности, описание сути работы, выводы), ключевые слова, которые помогают логически стройному изложению темы, схемы и т.п.

1.4 РАЗВЕРНУТАЯ БЕСЕДА

Это наиболее распространенная форма семинарских занятий и в рамках дисциплины заключается не в принудительном, а в добровольном участии всех присутствующих (как это осуществляется со специалистами-практиками в ходе подготовки к профессиональному семинару) и существенно отличается по своему характеру от обычного учебного семинара. Это предполагает подготовку по выбранному вопросу (или нескольким вопросам) плана занятия с единым для всех перечнем рекомендуемой обязательной и дополнительной литературы; выступления (по желанию), обсуждение; вступление, комментарий и заключение преподавателя. Развернутая беседа позволяет вовлечь всех присутствующих в обсуждение проблематики вопроса, так как от них требуются дополнительные вопросы к выступающему и всей группе, концентрация внимания на сильных и слабых сторонах выступлений, акцентирование внимания на новых моментах, вскрывающихся в процессе работы.

1.5 СЕМИНАР-ДИСПУТ в группе или на потоке имеет ряд достоинств. Кроме других задач, обычно реализуемых на семинаре, эта форма наиболее удобна для выработки навыков полемики. Диспут может быть и самостоятельной формой семинара, и элементом других форм практических занятий.

Диспут как элемент обычного семинара может быть вызван преподавателем в ходе занятия или же заранее планируется им. Полемика возникает подчас и стихийно. В ходе полемики формируются находчивость, быстрота мыслительной реакции и, главное, отстаиваемое в споре мировоззрение складывается как глубоко личное.

1.6 ВОПРОСЫ ВО ВРЕМЯ ЗАНЯТИЯ

Вопросы обычно задают студенты (при этом желательно, чтобы студенты исполняли роль ведущего семинара), а не преподаватель (преподаватель берет слово только в крайнем случае и вообще исполняет роль эксперта наравне с другими студентами). Однако вопросы должны быть существенны, связаны с темой, точно сформулированы.

Цель вопроса - установление истинности, возможности или необходимости утверждений, относящихся к теме беседы.

Виды вопросов: общие (аргументы и другие объекты информационного интереса), частные (дополнительные тезисы или аргументы), дихотомические (ответы «да» или «нет») и риторические (на которые не предполагается ответ).

Основные вопросы касаются всей проблемы, дополнительные затрагивают лишь часть тезиса. По своему характеру вопросы могут быть уточняющими, наводящими, встречными; другая категория вопросов, например, казусных, может содержать предпосылки различных суждений, быть примером или положением, включающим кажущееся или действительное противоречие.

Уточняющие вопросы имеют своей целью заставить выступающего яснее высказать мысль, четко и определенно сформулировать ее, чтобы установить, оговорился ли он или имеет место неверное толкование проблемы.

Ответ позволяет слушателям принять правильное решение: исправленная оговорка снимает вопрос, ошибочное мнение выносится на обсуждение участников семинара, но без подчеркивания его ошибочности.

Наводящие или направляющие вопросы имеют своей задачей ввести полемику в нужное русло, помешать нежелательным отклонениям от сути проблемы. Встречные вопросы содержат требования дополнительной аргументации, а также формально-логического анализа выступления или его отдельных положений. Цель таких вопросов – формирование умения

всесторонне и глубоко обосновывать выдвигаемые положения, способности обнаруживать логические ошибки, обусловившие неубедительность или сомнительность вывода.

Казусные вопросы предлагаются (обычно преподавателем) в тех случаях, когда проблема освещена в общем-то верно, но слишком схематично, все кажется ясным и простым (хотя подлинная глубина проблемы не раскрыта) и в аудитории образуется «вакуум интересов». Вопрос может быть поставлен в чисто теоретическом плане, но могут быть упомянуты и конкретные случаи или события, по возможности близкие или хорошо известные участникам семинара. В этом случае студентам предоставлена возможность самим комментировать их в плане теоретической проблемы, обсуждаемой на семинаре. Возникает необходимость показать, что в изложенной проблеме не все так просто, как это может показаться. Цель таких вопросов в том, чтобы сложное, противоречивое явление реальной действительности, содержащее в себе предпосылки для различных суждений, было осмыслено в свете обсужденной теоретической проблемы, чтобы студент научился мыслить шире и глубже.

Вопросы, преследующие создание «ситуации затруднений», обычно представляют собой две-три противоречащих друг другу формулировки, из которых необходимо обнаружить и обосновать истинную, или же берется высказывание какого-либо автора (без указания его фамилии) для анализа.

При возникновении проблемы речь идет уже о нестандартной задаче - противоречии или парадоксе. В основном характер таких вопросов совпадает с постановкой задач на самостоятельность мышления.

1.7 НАПИСАНИЕ ЭССЕ

Эссе (франц. *essai* - попытка, проба, очерк, от лат. *exagium* - взвешивание) – прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета.

Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных умозаключений. Эссе должно содержать четкое изложение сути поставленной проблемы,

включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария изучаемой дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. В зависимости от специфики раздела дисциплины, формы эссе могут значительно дифференцироваться. В некоторых случаях это может быть анализ собранных конкретных данных по изучаемой проблеме, анализ материалов из средств массовой информации, подробный разбор предложенной преподавателем проблемы с развёрнутыми пояснениями и анализом примеров, иллюстрирующих изучаемую проблему, и т.д.

Требования к эссе могут изменяться в зависимости от раздела дисциплины, однако качество работы оценивается по таким общим критериям, как: 1) самостоятельность выполнения; 2) способность аргументировать положения и выводы; 3) обоснованность; 4) четкость, лаконичность, оригинальность постановки проблемы; 5) уровень освоения темы и изложения материала (обоснованность отбора материала, использование первичных источников, способность самостоятельно осмысливать факты, структура и логика изложения).

1.8 КОМПЬЮТЕРНАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ

Мультимедийные презентации используются для того, чтобы выступающий смог на большом экране или мониторе наглядно продемонстрировать дополнительные материалы к своему сообщению. Эти материалы могут также быть подкреплены соответствующими звукозаписями.

Общие требования к презентации:

- презентация не должна быть меньше 10 слайдов;
- первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: название проекта; фамилия, имя, отчество автора; название учебного заведения, где обучается автор проекта;
- следующим слайдом должны быть цели и задачи исследования;
- далее следует разместить содержание исследовательской работы и полученные результаты исследования;
- последними слайдами презентации должен быть вывод и список используемых информационных ресурсов.

Желательно, чтобы на слайде был лишь один значимый элемент. Это элемент, на который зритель обратит внимание в первую очередь. Он же должен нести основную смысловую нагрузку.

1.9 ТВОРЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Социально-культурная деятельность носит не только теоретический и практический характер, но и творческий. В основе творческого подхода заложены эмоции, богатая фантазия, образность, умение увидеть нестандартное в обычном, креативное мышление, событийность. С учетом данных факторов в творческие задания включены: ситуационные игры; составление схемы сценария проведения брифингов, мастер-классов, фестивалей, аукционов в связи с конкретной выставкой; разработка рекламного слогана и фирменного стиля компании для участия в выставке; составление дизайна информационно-рекламных средств выставочной деятельности: каталогов, проспектов, буклетов, листовок, приглашения-проспектов; разработка текста радио- и телереклам; составление тестовых заданий для стендистов, представляющих компанию; технология проведения тренингов по подготовки стендистов.

Технология создания выставочного проекта включает в себя следующие этапы:

1. Организационно-подготовительный этап

1.1 Исходная информация о проекте:

- сущность проекта;
- проблемы, требующие проектного решения;
- задачи проекта;
- основные условия работы над проектом и этапы его выполнения;
- ход и ожидаемые результаты проектирования.

1.2 Организация работы (общие вопросы):

- формирование малых групп;
- выбор ролей для презентации проекта (разработчик-докладчик, разработчик-оформитель, разработчик-демонстратор);
- информация о разных способах работы и презентации проекта;
- возможности интернет-ресурсов, учебно-методической литературы.

1.3 Организация работы малых групп:

- обеспечение групп раздаточным материалом (списком интернет-источников и учебной литературой);

- обеспечение групп материалами и оборудованием, необходимыми для оформления и презентации проекта.

2. Технологический этап

2.1 Осуществление процесса проектирования:

- самостоятельное проектирование каждой малой группой целей и задач выставочного проекта;
- разработка бюджета выставки, подбор источников финансирования выставки, определение целевой аудитории выставки;
- разработка предложений по художественному проектированию и оформлению выставки;
- подготовка тематико-экспозиционного плана;
- осуществление педагогом консультирующих функций, оказание организационной помощи проектировщикам.

2.2 Подготовка проектов к последующей презентации:

- выбор формы презентации;
- разработка демонстрационных материалов;
- индивидуальная подготовка членов малых групп (докладчика, оформителя, демонстратора).

3. Заключительный этап

3.1 Организация процесса презентации проектов (20 минут):

- установление регламента для презентации;
- определение очередности выступления малых групп;
- подготовка каждой малой группой всех необходимых материалов для презентации (для оптимизации дальнейшего процесса и экономии времени).

3.2 Проведение процедуры презентации проектов:

- осуществление презентации каждой малой группой;
- вопросы присутствующих к членам малой группы, презентующей свои проекты;
- высказывание пожеланий и предложений в адрес презентующей группы, внесение изменений и дополнений в их проекты.

3.3 Заключительная дискуссия:

- самоанализ и самооценка малыми группами своих творческих проектов и процедуры их презентации;
- анализ и оценка проектов и выступлений всеми присутствующими и педагогом (по специальным критериям);

- подведение итогов коллективного проектирования в соответствии с выдвинутой проблемой и поставленными задачами.

Содержание научного выставочного проекта (выполняется в группе из 3-4 человек):

- I. Актуальность, цели, задачи.
- II. Анализ существующих экспозиций, схожей тематики.
- III. Тематико-структурный план выставки.
- IV. Список литературы.
- V. Мультимедиа-презентация.

Основные параметры создания выставочного проекта:

1. Научная концепция экспозиции.
2. Принципы отбора экспонатов.
3. Принципы, методы и средства построения экспозиции.
4. Организация церемонии открытия выставки.
5. Режим работы выставки. Организация потоков посетителей.
6. Информационно-рекламные и культурные программы на выставке.
7. Закрытие выставки и послевыставочный период.

2. ТЕМАТИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

ТЕМА 1. История и современное состояние выставочного дела

Цель занятия: изучить исторические предпосылки появления ярмарок и историю развития выставок, рассмотреть самое значимое в истории выставочной практики, раскрыть основные направления современной выставочно-ярмарочной деятельности.

Методические рекомендации:

Слово «выставка» - производное от глагола «выставлять». Выставочное искусство и его синоним «искусство экспонирования» означает «выставлять что-нибудь напоказ, показывать, демонстрировать».

Следует усвоить, что искусство экспонирования прошло долгий путь развития. Оно имеет множество исторических корней, художественных и архитектурных школ и традиций, обширный практический опыт, характеризуется сменой парадигм и наличием великих имен авторов-зачинателей и последователей. Самым древним примером выставлять что-либо на показ можно считать церемонию преподнесения даров и подарков. Были споры о том, кто положил начало искусству выставлять вещи напоказ – церковники, мастеровые или купцы.

Отметить, что с массовым производством товаров и услуг выставки становятся многогранными. Зарождается новый вид деятельности – выставочное дело. Одновременно формируются методики и технологии экспонирования. Выставки как демонстрации продукции определенной категории для специалистов.

Задания для практической работы:

1. *Сделайте конспект* главы 1.1 «Истоки искусства экспонирования и зарождения выставочного дела» в учебнике В.Г. Петелина «Основы менеджмента выставочной деятельности» (М., 2015).

2. *Составьте перечень* наиболее известных выставок Запада и России. Выявите их общие тенденции.

3. *Перечислите*, чем прославились известные выставки и ярмарки. Сделайте выводы.

4. *Выявите* страноведческие закономерности существующих выставок и ярмарок.

5. *Ознакомьтесь с глоссарием*, приведенным в конце силлабуса, и в виде схемы сделайте тематически-классификационную структуризацию терминов.

6. *Подготовьте доклад, выступление или сообщение* на одну из тем:

- История возникновения и развития ярмарок в мире.
- Истоки и зарождение выставочно-ярмарочной деятельности в России.
- «Русский свет» в Париже.
- Последняя выставка в XIX века, Париж 1900 год.
- Особенности советского периода выставочной деятельности.
- Становление и развитие выставочного дела в Казахстане.

7. *Подготовьте компьютерную презентацию* на одну из тем:

- Первая Всемирная выставка, Лондон, 1851 год.
- Российский раздел на Всемирной выставке, Лондон, 1851 год.
- Всемирная выставка в Лондоне, 1862 год.
- Всемирная выставка «ЭКСПО – 2000» в Ганновере.

Литература:

1. Алексеева С.П., Никитин Ю.А. Промышленные выставки России. История и современность. – СПб.: Ленэкспо, 2014.
2. Гусев Э.Б. Выставочная деятельность в России и за рубежом: учеб.-метод. пособие. - М.: Дашков и Кш, 2014.
3. Петелин В.Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: Учебник для ВУЗов. - М.: ЮНИТИ, 2015.
4. Петухова С.В., Шеметов П.В., Чередникова Л.Е. Менеджмент: управление организационными системами: Учебник для ВУЗов. – М.: Омега-Л, 2015.
5. Стровский Л.Е. Основы выставочно-ярмарочной деятельности: учеб. пособие. – М.: ЮНИТИ, 2015.
6. Шарков Ф.И. Выставочный коммуникационный менеджмент: управление выставочными коммуникациями: учебник. – М.: Альфа-Пресс, 2016.
7. Шпаков В.Н. Россия на всемирных выставках 1851 – 2000. - М.: Росинекс, 2015.
8. Шпаков В.Н. История всемирных выставок. - М.: АСТ: Зебра Е, 2016.

ТЕМА 2. Терминология современной выставочно-ярмарочной деятельности

Цель занятия: раскрыть понятия выставочно-ярмарочной деятельности, обосновать причины появления и историю развития современной терминологии.

Методические рекомендации:

Выставочная деятельность многоаспектна. Она является формой рекламно-информационного обеспечения социальных и культурных услуг. Выставка способствует формированию позитивного имиджа учреждения при условии грамотного использования всех возможностей выставки. Выставка – отличное средство распространения, популяризации знаний. Надо показать многообразие существующих определений понятий «выставка» и «ярмарка» в зависимости от сферы использования и выделить общие и отличительные признаки данных определений. Появление ряда новых понятий, определений и трактовок, связанных с организацией, проведением и участием в выставках (бродсайт, виртуальная выставка, выставочный менеджер, концепция выставки, листовка, подиум, стратегия, фандрейзинг, экспозиция).

Задания для практической работы:

1. *Выпишите основные термины* из параграфа 1.1 «Терминология и классификация выставочно-ярмарочной деятельности» учебника Э.Б. Гусева, В.А. Прокудина, А.Г. Салащенко «Выставочная деятельность в России и за рубежом» (М., 2015).

2. *Составьте сравнительно-сопоставительную таблицу* сходства и различия ярмарок и выставок.

3. *Перечислите критерии выбора* выставки для участников.

4. *Подберите* теоретический и иллюстративный материал для доклада или презентации по следующим темам:

- Терминология и классификация выставочно-ярмарочной деятельности.

- Типология выставок: городские, областные, региональные, федеральные, международные.
- Развитие современного выставочного дела.
- Выставочное дело для экспонента.
- Экспозиция как организация выставочно-ярмарочного мероприятия.
- Основные характеристики выставки: их значение и взаимосвязь.
- Комплексный подход к участию в выставке.

Литература:

- 1 Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности: учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016.
2. Григоренко А.К. Международные и иностранные выставки в СССР. – М.: ИПКИР, 2014.
3. Гусева Э.Б., Прокудина В.А., Салащенко А.Г. «Выставочная деятельность в России и за рубежом». Учебное пособие. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015.
4. Критсотакис Я.Г. Торговые ярмарки и выставки. Техника участия и коммуникации. – М.: Ось89, 2015.
5. Миллер С. Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом. – М.: Довгань, 2016.
6. Шарков Ф.И. Выставочный коммуникационный менеджмент. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2016.

ТЕМА 3. Организация и структура современной выставочной деятельности

Цель занятия: рассмотреть роль выставок в современном обществе, определить структуру, функции и задачи выставочно-ярмарочной деятельности.

Методические рекомендации:

Организация и проведение выставки – ответственное мероприятие, так как на выставке предприятие предстает на всеобщее обозрение перед конкурентами и клиентами. Основная цель выставочного менеджмента – максимально безупречно спланировать и организовать процесс участия в выставке.

Основные задачи участников выставок: информирование специалистов и общественности; просвещение подрастающего поколения; популяризация и пропаганда новаций для их внедрения; освоение или расширение производства. Эти задачи конкретизируются в каждом

отдельном случае в зависимости от статуса выставки. Надо уметь обосновывать основные характеристики выставки, определять их значение и взаимосвязь между ними.

Важно раскрыть основные функции выставок в культурном развитии общества и общественном производстве.

Задания для практической работы:

1. *Сделайте конспект* главы 3.1 «Функции выставок в современном обществе» учебника В.Г. Петелина «Основы менеджмента выставочной деятельности» (М., 2015).

2. *Дайте определение* понятию «эффект выставочной деятельности».

3. *Выпишите основные показатели* для оценки выставочной деятельности из параграфа 3.1 «Оценка выставочной эффективности» из учебника Л.Е. Стровского «Основы выставочной деятельности» (М., 2015)

4. *Сравните структуру* первых выставок со структурой современных выставок. *Сделайте выводы.*

5. *Заполнив таблицу, определите, какие из показателей* используются для оценки эффективности выставки и ярмарки

Показатели оценки эффективности	Выставок	ярмарок
Количество заключенных договоров		
Количество полезных контактов		
Количество отзывов потенциальных клиентов		
Количество пожеланий и предложений		
Количество розданных листовок и буклетов		
Посещаемость бокса		
Затраты и результаты		

6. *Заполнив таблицу, определите* назначение выставок и ярмарок.

Назначение	выставок	ярмарок
Оказание предприятиям выставочно-информационных услуг		

рекламно-информационное обеспечение социальных и культурных услуг		
информирование потребителей о новой продукции		
обмен коммерческой информацией с другими регионами		
освещение достижений в области науки, техники и технологии		
формирование спроса на новую продукцию		
формированию позитивного имиджа учреждения		
средство распространения, популяризации знаний		

7. *Прочитайте материал*, представленный в главе 4 «Выставочно-ярмарочная деятельность» учебника С.А. Варакута «Связь с общественностью» (М., 2014) *и составьте таблицу.*

8. *Подготовьте доклад, выступление или сообщение* на одну из тем:

- Назначение выставок, их роль в современном обществе, в профессиональной сфере деятельности.
- Основные понятия сферы выставочной деятельности.
- Основные характеристики выставки: их значение и взаимосвязь.
- Функции и задачи в выставочно-ярмарочной деятельности.
- Влияние технического оснащения на проведение выставок.
- Комплексный подход к участию в выставке.
- Типы выставок в России.
- Современная выставочная деятельность в Казахстане.

9. *Напишите эссе* на тему «Мое впечатление о выставке в Галерее Союза Художников Казахстана».

Литература:

1. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности: учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016.
2. Варакута С.А. Связь с общественностью: Учебное пособие. – М.: ИНФА – М, 2014.

3. Григоренко А.К. Международные и иностранные выставки в СССР. – М.: ИПКИР, 2012.
4. Захаренко Г.П. Выставка. Техника и технология успеха. – М.: Вершина, 2016.
5. Критсотакис Я.Г. Торговые ярмарки и выставки. Техника участия и коммуникации. – М.: Ось89, 2015.
6. Миллер С. Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом. – М.: Довгань, 2016.
7. Петелин В.Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: Учебник для ВУЗов - М.: ЮНИТИ, 2015.
8. Фридман С. Как показать товар лицом: выставки и презентации. – М.: КОНСЭКО, 2014.
9. Шарков Ф.И. Выставочный коммуникационный менеджмент. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2016.

ТЕМА 4. Законодательное обеспечение выставочной деятельности

Цель занятия: рассмотреть основные нормативно-правовые документы, регламентирующие выставочную деятельность.

Методические рекомендации:

Нормативно-правовая база выставочно-ярмарочной деятельности представляет собой массив правовых и организационно-технологических документов и инструктивной информации, определяющий организационный порядок подготовки и проведения выставочной деятельности.

Надо проследить историю зарождения первых «правил» выставочной деятельности, проанализировать основные международные законодательные документы, регулирующие выставочную деятельность, изучить основные нормативно-правовые документы органов государственной власти Российской Федерации и Казахстана.

Рассмотреть права и обязанности страны-организатора и стран-участниц выставки, классификацию, периодичность и продолжительность выставок. Рассмотреть вопросы таможенного контроля, о льготном режиме ввоза товаров, предназначенных для показа или использования на выставках, ярмарках, совещаниях или других подобных мероприятиях.

Задания для практической работы:

1. *Сделайте конспект* параграфа 7.1 «Международные соглашения в области выставочной деятельности» учебника Э.Б. Гусева, В.А.

Прокудина, А.Г. Салашенко «Выставочная деятельность в России и за рубежом» (М., 2015).

2. *Сделайте конспект* материала о первых «правилах» выставочной деятельности, представленный в учебнике В.Г. Петелина «Основы менеджмента выставочной деятельности» (М., 2015).

3. *Подготовьте доклад, выступление или сообщение* на одну из тем:

- Законодательная и нормативная база выставочно-ярмарочной деятельности.
- Международные документы, регулирующие правовые отношения за границей.
- Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации.
- Нормативно-правовые документы, регулирующие выставочную деятельность органов государственной власти Республики Казахстан.
- Страхование выставок, экспонентов и выставочных грузов.
- Защита интеллектуальной собственности, демонстрируемой на выставках.

4. *Подготовьте компьютерную презентацию* на одну из тем:

- Имидж фирмы, его формирование и продвижение.
- Марка фирмы, фирменный и торговый знак, фирменный стиль, бренд.

5. *Напишите эссе* на тему «Как создается имидж фирмы».

Литература:

1. Аркин П.А. Правовые основы выставочной деятельности. – СПб.: Изд. Дом «Бизнес-пресса», 2014.
2. Ванекен Б. Бренд-помощь. – СПб.: Питер, 2015.
3. Григоренко А.К. Международные и иностранные выставки в СССР. – М.: ИПКИР, 2012.
4. Дорский А.Ю. Правовое обеспечение ПР. – СПб.: Питер, 2015.
5. Музыкант В.Л. Формирование бренда средствами рекламы. – М.: Экономист, 2014.
6. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации. //URL: <https://www.google.kz/url>.
7. Петелин В.Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: Учебник для ВУЗов - М.: ЮНИТИ, 2015.

ТЕМА 5. Менеджмент выставочной деятельности

Цель занятия: раскрыть особенности менеджмента в выставочной деятельности, проследить источники финансирования выставок.

Методические рекомендации:

Под менеджментом понимается система управленческой деятельности, обеспечивающая успешное функционирование самых различных социальных институтов – организаций, призванных осуществлять некоторую социально-значимую деятельность.

Главная особенность менеджмента выставочной деятельности в том, что деньги в этой сфере зарабатываются не только на основе простой коммерции, но и на основе привлечения средств заинтересованных доноров: спонсорства, патронажа, благотворительности.

Следует обратить внимание на нарастание требований к менеджментной компетентности специалистов и работников выставочной деятельности. Менеджмент выставочной деятельности заключается в создании организационных и экономических условий процесса участия в выставочной деятельности.

Задания для практической работы:

1. *Сделайте конспект* главы 3.1 «Специфика менеджмента в сфере культуры и искусства» учебника С.К. Коленько «Менеджмент в сфере культуры и искусства» (М., 2016).

2. *Сделайте сопоставительный анализ* российского и зарубежного опыта менеджмента в сфере культуры.

3. *Выпишите* организационные и экономические условия участия в выставочной деятельности. Сделайте выводы.

4. *Подготовьте доклад, выступление или сообщение* на одну из тем:

- Менеджмент выставочной деятельности.
- Источники финансирования выставочной деятельности.
- Фандрейзинг как социальная технология в выставочной деятельности.
- Специфика поиска потенциальных спонсоров.

- Дизайн письма-обращения к потенциальным спонсорам.

5. *Разработайте проект* спонсорского пакета для организации выставки по следующим параметрам:

- описание проекта;
- бюджет;
- статус спонсорства;
- перечень рекламных и информационных возможностей спонсора;
- прогноз спонсорского эффекта.

Литература:

1. Галуцкий Г.М. Управляемость культуры и управление культурными процессами - М., 2015.
2. Михеева Н.А. Менеджмент в социально-культурной сфере. – СПб., 2015.
3. Рудич Л. И. Менеджмент социально-культурной сферы. Основы технологии: Учебное пособие. – Кемерово: Кузбассвуиздат, 2016.
4. Коленько С.Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учебник и практикум для академического бакалавра. – М.: Издательство Юрайт, 2016.
5. Тульчинский Г.Л. Менеджмент в сфере культуры: Учебное пособие. - СПб.: «Лань», 2015.
6. Шекова Е.Л. Менеджмент в сфере культуры: российский и зарубежный опыт. – СПб.: Алетей, 2016.

ТЕМА 6. Организация и управление работой выставочного персонала

Цель занятия: рассмотреть организацию и управление работой выставочного персонала, проследить основные требования к деятельности выставочного менеджмента.

Методические рекомендации:

Правильный отбор персонала является одной из ключевых задач в организации выставочной деятельностью. Профессиональная работа на выставке требует большого напряжения, длительных эмоциональных нагрузок, умения противостоять стрессам, поэтому на вопросы подбора персонала и формирования слаженной команды целесообразно обратить серьезное внимание.

Поэтому необходимо выделить существенные особенности выбора профессионального и объективного подхода к подбору персонала.

Для характеристики профессиональных качеств менеджера и эффективности деятельности специалистов в сфере выставочной деятельности выделите основные принципы отбора персонала.

Тщательно продумайте мотивацию для персонала, которая будет участвовать на всех стадиях выставочной деятельности.

Задания для практической работы:

1. *Сделайте конспект* главы 8.4 «О подготовке персонала к выставке» учебника Е.И. Мазилкиной «Маркетинговые коммуникации» (М., 2016).

2. *Подготовьте доклад, выступление или сообщение* на одну из тем:

- Подбор и обучение персонала на стенде.
- Особенности работы на стенде.
- Организация мероприятий, связанные с приглашением бизнес-партнеров на стенд.
- Приемы показа экспонатов на выставках.
- Работа с посетителями.
- Профилактика утомляемости стендиста в работе на выставке.
- Календарный план работы персонала на стенде.
- Методы оценки результативности контактов с клиентами.
- Персонал стенда. Планирование и подбор персонала.
- Мотивация и обучение персонала.
- Организационно-подготовительная и техническая работа стендиста на выставке.
- Особенности работы на стенде.

3. *Подготовьте компьютерную презентацию* на одну из тем:

- Психология выставочной коммуникации.
- Выставочный менеджер и характер требований к нему.
- Деловой этикет в выставочном деле.

4. Вы встречаетесь с весьма агрессивным клиентом. Он критически оценивает деятельность Вашей компании: она ничего не представила нового. *Ваша тактика поведения? Опишите основные задачи, которые необходимо выполнить.*

5. У Вас на стенде появился представитель крупной инвестиционной компании, но деятельность Вашей фирмы не представляет для него особого интереса. *Ваши действия в этой ситуации? Опишите комплекс коммуникативных средств и методов привлечения внимания посетителя.*

6. *Проанализируйте анкету для отбора стендистов. Какие вопросы Вы бы еще добавили?*

Анкета для отбора стендистов

Пожалуйста, ответьте на вопросы. Это поможет нам узнать Ваши желания, стремления, ожидания от выставки и подготовить программу обучения.

Постарайтесь отвечать как можно более искренне. Спасибо и удачи Вам!

1. Подберите прилагательные, которые ассоциируются у Вас с Вашей компанией.
2. Назовите сотрудника компании, которому Вы доверяете.
3. Ваш коллега совершает ошибку при работе с посетителем выставки. Ваши действия?
4. Посетитель выставки ведет себя резко и неуважительно по отношению к Вам. Ваши действия?
5. Ваше отношение к фразе «Клиент всегда прав».
6. Опишите неприятного Вам клиента, включая одежду, цвет глаз и прочие нюансы (выбрав среди тех клиентов, с которыми Вы работаете).
7. Опишите подробно клиента, с которым Вам приятно работать (выбрав среди технических клиентов, с которыми Вы работаете).
8. Перечислите услуги, которые предлагает компания, и оцените Ваше знание этих услуг по десятибалльной шкале.
9. Что важнее при работе на выставке: количество (контактов с посетителем) или качество (длительная беседа с одним посетителем)?
10. Считаете ли Вы нужным для себя пройти тренинг работы на выставке?
11. Какие цели ставит Ваша компания для участия в этой выставке?
12. Ждете ли Вы увеличения числа клиентов после проведения выставки?
13. Ваши личные ожидания от участия в выставке (для себя и для компании).
14. Оцените по десятибалльной шкале свои навыки по следующим направлениям:
 - общение с посторонними людьми;
 - коммуникабельность;
 - умение выявить потребность клиента;
 - умение улыбаться.
15. Как Вы полагаете, чего ждет от Вас руководство компании при работе на выставке?
16. Ваша фамилия, имя, отчество.
17. Сколько Вы работаете в этой компании?
18. Вы хотите поработать стендистом на этой выставке?
19. Сделайте любые комментарии, которые Вы считаете необходимыми.

7. Во время выставки вышла публикация в прессе, автор которой критически отзывается о деятельности Вашей компании, что заметно отразилось на количестве посетителей Вашего стенда. *Ваши действия в*

этой ситуации? Опишите технологические и идеологические приемы, которые Вы будете использовать в сложившейся ситуации.

8. *Напишите эссе* на тему «Каким должен быть современный менеджер выставочной сферы?»

Литература:

1. Киселева Л. Как организовать работу на выставке. //Рекламные технологии. - 2003. - № 7. - С. 50-51.
2. Краткий курс выставочного менеджмента для начинающих. /Под ред. И.Д. Филоненко. - М.: ЮНИТИ, 2015.
3. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации. Учебно-практическое пособие. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016.
3. Петелин В.Г. Стендист торгово-промышленной выставки: Секреты мастерства. - М.: Ось-89, 2014.
4. Петелин В.Г. Менеджер предприятия по рекламе и выставкам. - М.: Ось-89, 2014.
5. Симонов К.В. Современные технологии управления выставочными проектами. //Менеджмент в России и за рубежом. - 2007. - № 4. - С. 125-130.
6. Скибин М. Как создать выставочный стенд. //PR в России. - 2003. - №2. - С. 23-26.

ТЕМА 7. Классификация выставок и ярмарок

Цель занятия: раскрыть признаки классификации выставок и ярмарок, определить основные цели участия в выставке, определить критерии выбора выставки.

Методические рекомендации:

Выставка – одна из ведущих форм и средств организации целевых связей с общественностью. Выставки позволяют широкой общественности узнать об учреждении, вместе с тем дает возможность познакомиться с многообразием признаков для осуществления классификации в различных целях: по сфере предпринимательства, различию потребительских интересов и личностных особенностей потребителей, размещению, частоте проведения, направлению работы, характеру предложений.

Задания для практической работы:

1. *Сделайте конспект* главы «Планирование и организация участия в выставочном мероприятии» учебника Г.Л. Тульчинского, С.В. Герасимова «Менеджмент социальных событий в сфере культуры» (М.,

2015) и главы 4 «Классификация выставок» учебника О.Я. Гойхмана «Организация и проведение мероприятий» (М., 2015).

2. *Определите основные цели* выставочного участия и возможности их реализации.

3. *Проведите анализ выставки*, которую Вы посетили в этом году по существующим критериям:

- тематическая направленность выставки или ярмарки;
- анализ этапа развития выставки;
- анализ организаторов, участников и посетителей;
- анализ итогов прошедшей выставки.

4. *Подготовьте доклад, выступление или сообщение* на одну из тем:

- Классификация выставок как основа высокой эффективности выставочной работы.
- Значение и необходимость классификации выставок по различным характеристикам.
- Принципы классификации выставки.
- Цели участия фирмы в выставке и ярмарке.
- Основные позиции выставочной стратегии фирмы.
- Основные мероприятия на этапе разработки участия в выставке.
- Оценка стоимости участия в выставке.

5. *Подготовьте компьютерную презентацию* на одну из тем:

- Типы выставок: характеристика и особенности проектирования.
- Всемирные выставки.
- Международные выставки.
- Многоотраслевые выставки.
- Специализированные выставки.

Литература:

1. Александрова Н., Сорокина Е., Филоменко И. Выставочный менеджмент: технологии организации и рекламно-информационного сопровождения выставок и конференций. - М.: Проксфо, Защита-Экспо, 2014.
2. Гусев Э.Б., Прокудин В.А., Салашенко А.Г. Выставочная деятельность в России и за рубежом. - М.: Дашков и Ко, 2015.

3. Петелин В.Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: Уч. для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДИНА, 2015.
4. Стровский Л.Е., Фролова Е.Д., Стровский Д.Л. Основы выставочно-ярмарочной деятельности. Уч. пос. - М.: Юнити-Дана, 2014.
5. Тульчинский Г.Л., Герасимов С.В., Лохина Т.Е. Менеджмент социальных событий в сфере культуры. Учебное пособие, - СПб.: Издательство «Лань», 2015.
5. Шарков Ф.И. Выставочный коммуникационный менеджмент (управление выставочными коммуникациями). - М.: Альфа-Пресс, 2016.
7. Семь способов извлечь максимальную пользу из выставок. //PR в России. 2008. № 5. С. 25-26.

ТЕМА 8. Технология подготовки выставки

Цель занятия: рассмотреть технологии по организации выставочной деятельности, раскрыть основные этапы планирования и координации действий в период подготовки выставки.

Методические рекомендации:

Планирование выставочно-ярмарочной деятельности - сложный процесс. Необходимо раскрыть основные правила организации выставки. Выставки организуются с целью формирования и продвижения имиджа компании для всех групп общественности путем проведения специальных показов. Для многих компаний важен сам факт участия в выставке, в которой они видят, прежде всего, имиджевую акцию, направленную на повышение «позитивной узнаваемости», средством поддержания контакта с целевой аудиторией. Выставка является средством улучшения положительного отношения существующих клиентов, т.е. слаженная работа сотрудников. Следовательно, проанализируйте работу по подбору, подготовке персонала, привлекаемого для участия в работе выставки.

Подготовка выставки практически начинается с выбора или уточнения тематики и присвоения ей названия.

Задания для практической работы:

1. *Сделайте конспект* параграфа 4.1 «Планирование и организация выставочной деятельности» учебника Л.Е. Стровского, Е.Д. Фроловой «Основы выставочно-ярмарочной деятельности» (М., 2014).

2. *Определите критерии выбора выставки:*

- время и место проведения выставки;
- авторитет выставки на целевом рынке фирмы;

- численный и качественный состав участников и посетителей;
- оценка эффективности достижения поставленных целей.

3. Ниже приведены функции и задачи организаторов и участников выставок и ярмарок. *Отметьте*, какие из них выполняют организаторы, а какие участники. Докажите свою точку зрения.

Функции и задачи	организатора	участника
Определение цели выставок, ярмарок		
Разработка требований к выставке, ярмарке		
Организация привлечения посетителей		
Подготовка экспонатов		
Подготовка персонала		
Организация проведения		
Подготовка рекламной компании		
Контроль работы		
Оценка эффективности мероприятия		
Принятие решений по дальнейшему использованию экспонатов		
Мотивация участников и работников		
Подведение итогов		

4. *Подготовьте доклад, выступление или сообщение* на одну из тем:

- Технология работ по организации участия в выставке.
- Создание рабочих групп и дирекции выставки.
- Методы организации, формы участия и работы на стенде.
- Финансовый план выставки.
- Планирование и координация действий в период подготовки выставки.
- Значение выставочного стенда в организационном процессе.
- Подбор и обучение персонала.
- Учет запросов посетителей выставки.
- Определение целесообразности участия в выставочном мероприятии.

5. *Творческое задание.* Выберите по своему усмотрению мероприятия деловой или культурной программы, продумайте и составьте

схему-сценарий проведения брифингов, мастер-классов, фестивалей или аукционов в связи с конкретной выставкой.

б. Напишите эссе на тему «Сочинение на основе увиденного: На выставке фотографии».

Литература:

1. Александрова Н., Сорокина Е., Филоненко И. Выставочный менеджмент. Технологии организации и рекламно-информационного сопровождения выставок и ярмарок и конференций. - Ростов-на-Дону: «Экспертное бюро», 2015.
2. Стровский, Л.Е., Фролова Е.Д., Стровский Д.Л. Основы выставочно-ярмарочной деятельности. Уч. пос. - М.: Юнити-Дана, 2014.
3. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации. //URL: <https://www.google.kz/url>.
4. Сюшев В.А. 50 золотых правил организации и проведения выставок и ярмарок. - М., 2014.
5. Завьялов П.С., Демидов В.Е. Формула успеха: маркетинг. Сто вопросов - сто ответов о том, как эффективно действовать на внешнем рынке. - М.: «Международные отношения», 2015.
6. Попова А.Ю. Выставка как организация и особенности развития выставочной деятельности в информационном обществе. Диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук. - М.: 2004.

ТЕМА 9. Планирование выставочного материала

Цель занятия: рассмотреть основные этапы планирования выставочной деятельности, проследить принципы отбора экспонатов.

Методические рекомендации:

Планирование остается основой рациональной подготовки и эффективного проведения выставочно-ярмарочной деятельности.

В процессе проектирования плана участия в выставке необходимо определить перечень экспонируемой продукции и ориентировочное количество выставочной площади. Немаловажная роль отводится планированию работы после окончания выставки.

Задания для практической работы:

1. *Сделайте конспект* главы 4 «Организационные вопросы производства выставочного продукта» учебника Ф.И. Шаркова «Разработка и технологии производства рекламного продукта» (М., 2015).

2. *Раскройте особенности* основных этапов рабочего плана подготовки и проведения выставки.

3. *Определите* основные статьи расходов по подготовке и участию в выставке-ярмарке.

4. *Раскройте* последовательность действий менеджера после окончания выставки.

5. *Подготовьте доклад, выступление или сообщение* на одну из тем:

- Основные этапы работы и проведения выставки.
- Организация экспозиции.
- Выбор помещения и комплектование выставки.
- Разработка форм заявок и договоров с участниками выставок.
- Комплектование выставки и работа с экспонентами.
- Принципы отбора экспонатов на выставку.

6. *Подготовьте компьютерную презентацию* на одну из тем, раскрывая характеристику экспозиций и особенности проектирования:

- Созерцательные экспозиции.
- Систематические экспозиции.
- Ансамблевые экспозиции.
- Прикладные экспозиции.
- Интерактивные экспозиции.
- Ландшафтные экспозиции.

Литература:

1. Александрова Н., Сорокина Е., Филоненко И. Выставочный менеджмент. Технологии организации и рекламно-информационного сопровождения выставок и ярмарок и конференций. - Ростов-на-Дону: «Экспертное бюро», 20015.
2. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации. //URL: <https://www.google.kz/url>
3. Сюшев В.А. 50 золотых правил организации и проведения выставок и ярмарок», издательский центр «Музей человека - М., 2014.
4. Петелин В.Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: Уч. для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДИНА, 2015.
5. Стровский Л.Е., Фролова Е.Д., Стровский Д.Л. Основы выставочно-ярмарочной деятельности. Уч. пос. - М.: Юнити-Дана, 2014.
6. Шарков Ф.И. Разработка и технологии производства рекламного продукта: Учебник. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015.

ТЕМА 10. Реклама выставок в средствах массовой информации

Цель занятия: выделить основные свойства рекламы выставок в средствах массовой информации и рассмотреть новые тенденции в организации и проведении рекламной деятельности.

Методические рекомендации:

Выставки и ярмарки занимают особое место в арсенале средств рекламного воздействия, так как предоставляют очень широкие возможности демонстрации рекламируемых изделий для установления прямых контактов с покупателями. От осуществления грамотной рекламы во многом зависит дальнейший успех выставки.

Подробнее остановиться на эффективности выставочных мероприятий в сочетании с комплексом сопутствующих рекламных мероприятий (рекламной кампанией в прессе, проведением презентаций, пресс-конференций, «круглых столов», встреч со специалистами и т.п.). Чтобы рационально выбрать канал распространения рекламных посланий, требуется провести анализ каналов массовой информации по определенным категориям.

Задания для практической работы:

1. *Сделайте конспект* главы 8 «Реклама в выставочной деятельности» учебника Ю.В. Гусарова «Менеджмент рекламы» (М., 2015) и главы 13 «Технология производства выставочного продукта» учебника Ф.М. Шаркова «Разработка и технологии производства рекламного продукта» (М., 2015).

2. *Проследите эволюцию, разновидности и новые тенденции* в организации и проведении рекламной деятельности.

3. *Охарактеризуйте* процессы выбора рекламных средств и определите его этапы.

4. Назовите несколько принципиальных особенностей в рекламе выставок.

5. Составьте перечень отличий рекламы выставок от рекламы потребительских товаров или производственно-технической продукции.

6. Подготовьте доклад, выступление или сообщение на одну из тем:

- Сущность рекламы. Виды рекламы.
- Рекламная деятельность в ходе проведения выставки.
- Оформление основных средств графической рекламы.
- Творчество в разработке рекламных текстов.
- Формы работы с различными видами СМИ.
- Организация рекламной деятельности менеджера.
- Многофункциональность средств массовой информации в выставочно-ярмарочной деятельности.
- Официальный каталог выставки.
- Пресс-релиз – технологии и их роль в выставочной деятельности.
- Пресс-конференция – технологии и их роль в выставочной деятельности.
- Работа с журналистами и репортерами.

7. Подготовьте компьютерную презентацию на одну из тем:

- Информационные задачи выставочного каталога.
- Особенности оформления средств печатной рекламы: рекламные объявления в прессе, плакат, каталог, проспект, буклет, листовка, мелкие печатные средства, реклама по почте и из рук в руки.
- Оформление наружной рекламы.
- Рекомендации по составлению и оформлению рекламного текста.
- Компоненты рекламного текста.
- Психотехнологии в рекламе.
- Креативная, творческая, нестандартная, оригинальная реклама.

8. Напишите эссе на тему «Мое отношение к рекламе».

Литература:

1. Гусаров Ю.В. Менеджмент рекламы: Учебное пособие. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2015.

2. Морозов Н.С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме. - М.: Издательский центр «Академия», 2015.
3. Красnojарова Д.К. Реклама и театр. - М.: «Юнити», 2016.
4. Бухтерева О.С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К» 2015.
5. Петелин В.Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: Уч. для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДИНА, 2015.
6. Шарков Ф.И. Разработка и технологии производства рекламного продукта: Учебник. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К» 2015.

ТЕМА 11. Организация работы выставки и ее закрытие

Цель занятия: рассмотреть концептуальные основы организации выставочной деятельности.

Методические рекомендации:

Выставки организуются с целью формирования и продвижения имиджа компании для всех групп общественности путем проведения специальных показов. Показать, что выставка является средством улучшения положительного отношения существующих клиентов, а также привлечения новых клиентов.

Подробнее остановиться на организации выставки, которая предоставляет уникальную возможность собрать активную целевую аудиторию потенциальных партнеров в одном месте в одно и то же время. Ни реклама, ни даже использование административного ресурса не позволит добиться широкой известности среди профессионалов отрасли в короткий срок, чего можно добиться посредством выставочной деятельности.

Охарактеризовать выставочную деятельность как комплексный инструмент, позволяющий одновременно и рекламировать свою продукцию, и знакомиться с партнерами и конкурентами, и оценивать состояние рынка, и позиционировать (определять свое место в современном рынке), и устанавливать новые контакты.

Задания для практической работы:

1. *Сделайте конспект главы 7 «Этапы подготовки выставки»* учебника Ю.В. Гусарова «Менеджмент рекламы» (М., 2015).

2. *Подготовьте доклад, выступление или сообщение на одну из тем:*

- Организация церемонии открытия выставки.
- Планирование мероприятий в период работы выставки.
- Работа дирекции на встречах, переговорах, проводимых на выставке.
- Информационно-рекламные и культурные программы на выставке.
- Организация развлекательных мероприятий на выставке.
- Закрытие выставки, специфика данного мероприятия.
- Этап разработки тематического плана экспозиции.
- Анализ итогов участия фирмы в выставке.

3. *Напишите эссе на тему «Успех выставки».*

4. *Выполнение творческого задания по выбору:*

- разработка рекламного слогана и фирменного стиля компании для участия в выставке;
- разработка рекламной акции для стимулирования сбыта конкретного товара;
- подготовка варианта текста письма прямой почтовой рекламы выставки для персональной и повторной рассылки;
- составление дизайнера информационно-рекламных средств выставочной деятельности: каталоги, проспекты, буклеты, листовки, приглашение-проспекты;
- разработка текста радио- и телерекламы.

Литература:

1. Александрова Н., Сорокина Е., Филоменко И. Выставочный менеджмент: технологии организации и рекламно-информационного сопровождения выставок и конференций. - М.: Проэкспо, Защита-Экспо, 2015.
2. Гусаров Ю.В. Менеджмент рекламы: Учебное пособие. – М.: ЗАО «Издательство Экономика». 2015.
3. Миллер С. Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом. - М.: Довгань, 2014.
4. Петелин В.Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: Уч. для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДИНА, 2015.
5. Стровский Л.Е., Фролова Е.Д., Стровский Д.Л. Основы выставочно-ярмарочной деятельности. Уч. пос. - М.: Юнити-Дана, 2014.
6. Шарков Ф.И. Выставочный коммуникационный менеджмент (управление выставочными коммуникациями). - М.: Альфа-Пресс, 2016.
7. Интернет-ресурсы о выставках:
www.exposhow.ru

ТЕМА 12. Значение выставочного стенда в организационном процессе

Цель занятия: рассмотреть организацию выставочного пространства, проследить технологии организации выставочного стенда.

Методические рекомендации:

Отметить, что организация выставочного пространства предполагает разработку конструкторских, технических, творческих, функциональных и дизайнерских решений, которые создают неповторимый облик выставки, включая выставочное пространство в общую философию выставочного проекта.

Подчеркнуть, что «внепространственные» показатели, такие как общая идея выставки, ее отраслевая направленность, фирменный стиль и другие, задают параметры и решения в организации пространства выставки. Организационные, творческие и дизайнерские решения призваны помочь организаторам выставок в реализации этих принципов.

Главная задача, которую выполняют все выставочные стенды – привлечение внимания посетителей и обеспечение удобства для плодотворного общения сотрудников компании и посетителей. Уяснить как правильно расположить стенд относительно движения посетителей, как спроектирован выставочный стенд.

Задания для практической работы:

1. *Подготовьте доклад, выступление или сообщение* на одну из тем:
 - Выставочный стенд и его значение в организационном процессе выставки.
 - Организация и оформление стенда.
 - Работа с дизайнерами стендов.
 - Эффективные методы привлечения внимания посетителей.

- Выбор архитектуры стенда.
- Планирование и управление работой стенда.
- Услуги экспонента. Основные стендовые услуги: информационные и справочные, переводческие, канцелярские, организационно-технические, демонстрационные.

2. *Определите художественные средства оформления выставки по следующим критериям:*

- выбор архитектуры стенда;
- цели и задачи художника-проектанта и художника-оформителя;
- организация предметной среды;
- использование различных средств оформления (технических, светового освещения и т.д.);
- текст и аудиовизуальные средства на стенде;
- искусство создания выставочного ансамбля;
- методы экспонирования.

3. *Найдите описание и фото любых выставочных стендов в сети Интернет и дайте свои комментарии по организации выставочного пространства.*

Литература:

1. Выставка как повод для паблсити. //PR в России. - 2005. - № 11. - С. 18-21.
2. Гусев Э.Б., Прокудин В.А., Салашенко А.Г. Выставочная деятельность в России и за рубежом. - М.: Дашков и Ко, 2015.
3. Олвуд Д., Монтгомери Б. Выставки: планирование и дизайн. - Новосибирск: Interbook, 2016.
4. Петелин В.Г. Стендист торгово-промышленной выставки: секреты мастерства. - М.: Ось-89, 2015.
5. Симонов К.В. Современные технологии управления выставочными проектами. //Менеджмент в России и за рубежом. - 2007. - № 4. - С. 125-130.
6. Скибин М. Как создать выставочный стенд. //PR в России. - 2003. - №2. - С. 23-26.
7. Бартон Ш. Десять ошибок стендистов. //PR в России. - 2007. - № 3. - С. 23-25.

ТЕМА 13. Требования к работе стендиста

Цель занятия: рассмотреть технологии организации на стенде, охарактеризовать основные требования к стендисту.

Методические рекомендации:

Технология работы на стенде строится с учетом целого ряда факторов. Прежде всего принимается в расчет дизайн, композиция и размеры стенда. Стенд не просто является неким единым комплексом площади, это образ предприятия-экспонента, и вместе с тем он становится каналом рекламной информации, через который раскрывается сущность компании. Подробнее остановиться на объективных факторах, влияющих на стимулирование интереса к стенду. Особая роль в организации выставочного стенда отводится использованию текста, изображения, экспоната в выставочно-ярмарочной деятельности.

Задания для практической работы:

1. *Сделайте конспект* главы «Мастерство стендиста» учебника В.Г. Петелина «Стендист торгово-промышленной выставки: секреты мастерства» (М., 2015).

2. *Охарактеризуйте субъективные факторы, которые определяются особыми запросами экспонента, целями участия в выставке, приведите их примеры.*

3. *Проведите анализ средств художественной выразительности, используемых для оформления выставочного стенда.*

4. *Подготовьте доклад, выступление или сообщение на одну из тем:*

- Обустройство выставочного стенда.
- Подбор персонала для работы на стенде.
- Отбор экспонатов и раздаточных материалов для работы.
- Организация работы у стенда.
- Особенности приемов рассказа на стенде.
- Культура и техника речи стендиста.

5. *Подготовьте компьютерную презентацию на одну из тем:*

- Типы посетителей выставок и стратегии работы с каждым из них.
- Оформление выставочного стенда.

6. *Творческое задание:*

1. Подготовьте задание для дизайнера стенда.
2. Разработайте тестовые задания для стендистов, представляющих некую компанию (по выбору).

Литература:

1. Выставка как повод для публицити. //PR в России. - 2005. - № 11. - С. 18-21.
2. Гусев Э.Б., Прокудин В.А., Салашенко А.Г. Выставочная деятельность в России и за рубежом. - М.: Дашков и Ко, 2015.
3. Гойхман О.Я. Организация и проведение мероприятий. – М.: ИНФРА – М, 2016.
3. Олвуд Д., Монтгомери Б. Выставки: планирование и дизайн. - Новосибирск: Interbook, 2016.
4. Петелин В.Г. Стендист торгово-промышленной выставки: секреты мастерства. - М.: Ось-89, 2015.
5. Симонов К.В. Современные технологии управления выставочными проектами. //Менеджмент в России и за рубежом. - 2007. - № 4. - С. 125-130.
6. Скибин М. Как создать выставочный стенд. //PR в России. - 2003. - №2. - С. 23-26.
7. Бартон Ш. Десять ошибок стендистов. // PR в России. – 2007. - № 3. - С. 23-25.

ТЕМА 14. Организация работ в послевыставочный период

Цель занятия: проследить основные этапы работ в послевыставочный период.

Методические рекомендации:

Известно, что тщательный анализ результатов проведенных выставок — залог успешного развития выставочной организации и база для улучшения организации последующих выставок. Для проведения качественного анализа результатов очень важно организовать сбор и обобщение материалов по результатам работы всех служб выставки. Сводный отчет о выставке должен содержать оценку успеха выставки и эффективности затраченных средств и усилий, выводы, рекомендации и предложения по проведению последующих выставок. Это важнейшие составные части отчета по организации и проведению выставочно-ярмарочного мероприятия. Раскройте основные характеристики и особенности отчета после выставки.

Самостоятельный раздел в отчете посвящается анализу приемов и методов, использованных при демонстрации экспонатов; выявленным трудностям и возникавшим сбоям и повреждениям при ее показе в действии; эффективности использования технических и аудиовизуальных средств, если таковые были задействованы в экспозиции.

В отчете обязательно нужно дать характеристику работы с посетителями выставки: привести примеры и результаты работы с отдельными специалистами, коммерческими работниками и представителями прессы; показать реакцию на экспозицию широких слоев населения, прессы, радио и телевидения и подкрепить это примерами из печати или выписками из книги отзывов.

Но и после этого работа продолжается. Продолжается поиск новых путей повышения качества и уровня выставочных программ, улучшения организации и эффективности выставочного дела. Здесь имеет важное значение выбор методики анализа и оценка эффективности выставочного мероприятия.

Задания для практической работы:

1. *Сделайте конспект* главы 3 «Послевыставочная стадия выставки» учебника О.Я. Гойхмана «Организация и проведение мероприятий» (М., 2016).

2. *Перечислите основные методы* исследования и раскройте этапы оценки выставочной эффективности.

3. *Подготовьте доклад, выступление или сообщение* на одну из тем:

- Подготовка отчета о работе на выставке.
- Анкетирование на выставке.
- Закрытие выставки и послевыставочный период.
- Оценка экономической эффективности деятельности организаторов.
- Оценка результатов работы после выставки.
- Принципы выбора перспективных клиентов.
- Основные направления работ в послевыставочный период.

4. *Подготовьте компьютерную презентацию* на одну из тем:

- Мероприятия, намечаемые и реализуемые после выставки.

- Анализ информационно-рекламной эффективности после выставки.

5. *Проанализируйте*, ориентируясь на следующие критерии выставку, которую Вы недавно посетили:

- количество участников;
- количество экспонентов;
- количество заочных участников;
- структурируйте количество участников (любое число позиций, обозначьте приблизительное долевое соотношение);
- обоснуйте критерии;
- оцените деловую программу выставки (типы и цели мероприятий);
- отметьте предлагаемые выставкой дополнительные возможности рекламы и продвижения (помимо организации работы на стенде);
- отметьте наиболее интересные экспозиционные решения и обоснуйте выбор;
- перечислите и структурируйте партнеров выставки.

6. Используя метод наблюдения, по указанным параметрам *детально проанализируйте* деятельность одного из экспонентов выставки, которую Вы анализировали в задании 5 данной темы:

- название компании;
- целевая аудитория;
- сегмент рынка;
- площадь стенда;
- местоположение и тип стенда;
- вероятностные цели участия;
- содержательные акценты (предмет/информация/ среда);
- особенности оформления стенда;
- зонирование стенда;
- количество стендистов и их функции;
- реализация информационной функции;
- использование дополнительных возможностей продвижения.

Оформите результаты задания в виде презентации-сопоставления.

7. *Проанализируйте* одну из действующих выставок и организацию участия отдельных экспонентов. Дайте свои рекомендации по

усовершенствованию выставочно-ярмарочной деятельности для одного из них.

Литература:

1. Выставка как повод для публицити. //PR в России. - 2005. - № 11. - С. 18-21.
2. Гусев Э.Б., Прокудин В.А., Салашенко А.Г. Выставочная деятельность в России и за рубежом. - М.: Дашков и Ко, 2015.
3. Гойхман О.Я. Организация и проведение мероприятий. – М.: ИНФРА – М., 2016.
3. Олвуд Д., Монтгомери Б. Выставки: планирование и дизайн. - Новосибирск: Interbook, 2016.
4. Петелин В.Г. Стендист торгово-промышленной выставки: секреты мастерства. - М.: Ось-89, 2007.
5. Симонов К.В. Современные технологии управления выставочными проектами // Менеджмент в России и за рубежом. - 2007. - № 4. - С. 125-130.
6. Скибин М. Как создать выставочный стенд. //PR в России. - 2003. - №2. - С. 23-26.
7. Бартон Ш. Десять ошибок стендистов. //PR в России. – 2007. - № 3. - С. 23-25.

ТЕМА 15. Особенности организации и проведения исторической выставки

Цель занятия: рассмотреть особенности организации и проведения исторической выставки.

Методические рекомендации:

Музей - это, прежде всего, память, выраженная в предметах, или, как еще говорят, своеобразный храм культуры. Являясь научно-исследовательскими и просветительскими учреждениями культуры, музеи собирают, изучают и сохраняют историко-культурное наследие, содействуют повышению культурно-образовательного уровня населения, распространению знаний о человеке и его окружении, служат духовному развитию общества. Музей уникален. Он дает посетителям символический доступ в пространство другой культуры, возможность личного переживания. По существу, музей «является школой вещей, школой визуального, пространственного восприятия, где усваивается язык вещей, постигаются их культурные значения и факт их антропогенности, рукотворности». Музей в понимании современной музеологии - это особая образовательная среда.

Именно поэтому одной из основных миссий музея является его образовательная деятельность, которая является важной составляющей институциональной роли музея.

Центральный государственный музей Республики Казахстан является одним из старейших и крупнейших музеев не только Казахстана, но и всего Центрально-Азиатского региона. Фондовые коллекции музея насчитывают около 300 тысяч единиц хранения. В настоящее время в музее функционируют семь основных стационарных экспозиционных залов, разнохарактерные коллекции которых позволяют получить наглядное представление не только о палеонтологическом прошлом, но и о древней, средневековой, новой и современной истории и культурном наследии Казахстана.

Задания для практической работы:

1. Подготовьте доклад, выступление или сообщение на одну из тем:

- Анализ организации и проведения исторической выставки.
- Характер потребления продукта на исторической выставке.
- Уровень организации исторической выставки.
- Специфика работы дизайнера, художника-декоратора.
- Критерий успеха выставки.
- Принципы отбора экспонатов для выставки.
- Принципы построения экспозиции.
- Художественные средства оформления.
- Освещение.
- Особенности работы с посетителями.
- Организация рекламной деятельности.

2. Выполнение творческого задания по выбору:

- разработка и организация выставки (выставочного стенда, фрагмента выставки) по самостоятельно выбранной теме;
- подготовка презентации выставки на практическом занятии;
- разработка экскурсии по выставке;
- проведение опроса посетителей выставки;
- формулировка пути повышения эффективности выставочной деятельности.

3. Опираясь на методические рекомендации раздела 1.9 Творческое задание данных методических указаний, создайте и презентуйте выставочный проект

Тематика выставочного проекта, выбирается группой из предлагаемых разделов центрального исторического музея.

I. Раздел «Экспозиция». Виртуальная прогулка по экспозиционным залам музея и информация о стационарных экспозициях семи залов: «Палеонтология и археология», «Историческая этнография», «Казахстан в годы ВОВ и культура диаспор», «Современный Казахстан», «Открытый фонд», «Музей антропологии», «Художник-этнограф Н.Г. Хлудов».

II. Раздел «Коллекции» представляет наиболее уникальные и раритетные коллекции музея, хранящиеся в фондах.

III. Раздел «Научно-фондовая деятельность» познакомит интересующихся с научно-исследовательской работой музея (Ученый Совет, публикации, труды, научно-прикладные проекты, научные конференции и семинары, экспедиции).

IV. Раздел «Культурно-образовательная работа» желающие смогут получить информацию о проводимых музейными специалистами лекциях, тематических и обзорных экскурсиях, музейных уроках, мероприятиях, образовательных программах, разработанных по истории и культуре Казахстана, о проводимых выставках в музее из фондовых коллекций ЦГМ Республики Казахстан и частных собраний.

Литература:

1. Александрова Н., Сорокина Е., Филоменко И. Выставочный менеджмент: технологии организации и рекламно-информационного сопровождения выставок и конференций. - М.: Прозекспо, Защита-Экспо, 2015.
2. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности: учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2014.
3. Захаренко Г.П. Выставка. Техника и технология успеха. – М.: Вершина, 2016.
4. Киселева Л. Как организовать работу на выставке. //Рекламные технологии. - 2003.- № 7.- С. 50-51.
5. Скибин М. Как создать выставочный стенд. //PR в России. - 2003. - №2. - С. 23-26.
6. Стровский Л.Е. Основы выставочно-ярмарочной деятельности: учеб. пособие. – М.: ЮНИТИ, 2015.

*Подписано в печать 10.01.2017 г. Тираж 500 экз.
Формат изд. 60x84/16. Объем 3 усл. печ. л.
Отпечатано в типографии "ИП Волков А.И."
Райымбека 212/1, оф. 104. Тел.: 330-03-12, 330-03-13*