

Частное образовательное учреждение высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры сервиса и
туризма
Протокол № 10 от 26.05.2023 г.

Первый проректор
С.В. Авдашкевич
28.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Б1.В.ДВ.03.01 Конгрессно-выставочная деятельность как сфера внешнеэкономической деятельности
Направление подготовки:	43.03.01 Сервис
Направленность (профиль):	Ивент-индустрия: конгрессно-выставочный сервис
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	очная, заочная, очно-заочная
Разработчики:	Кандидат экономических наук, доцент Деревянко К. И.

Санкт-Петербург
2023

1. Цели и задачи дисциплины:*Цель освоения дисциплины:*

изучение теоретических основ конгрессно-выставочной работы; освоение методических принципов и приемов конгрессно-выставочной деятельности; подготовка студентов к самостоятельному поиску информационных источников и обработке информации, необходимой для организации участия в специализированных выставках; ознакомление студентов с организационными основами конгрессно-выставочной деятельности; формирование готовности к работе в контактной зоне с посетителем выставки, консультированию посетителей, а также формирование системы знаний по проблемам внешнеэкономической деятельности российских предприятий, принципах и методах практической деятельности предприятий по продвижению конгрессно-выставочной деятельности на внешние рынки.

Задачи дисциплины:

- формирование у студентов системы знаний об основных дефинициях конгрессно-выставочной работы, о генезисе конгрессно-выставочной деятельности, нормативно-правовой базе, классификации, документационном обеспечении, а также приобретение навыков работы с документами, связанными с осуществлением внешнеэкономической деятельности предприятия, решения прикладных задач такой деятельности;
- формирование у студентов умений разработки концепций конгрессно-выставочных мероприятий;
- разработка графика мероприятий для участия в специализированной выставке;
- формирование умений осуществлять анализ деятельности специализированных конгрессно-выставочных мероприятий и конгрессов различных классификационных групп;
- использование коммуникационных технологий при работе в контактной зоне с посетителями конгрессно-выставочных мероприятий;
- изучение основных понятий, методов, приемов и средств организации и управления внешнеэкономической деятельностью предприятия, занимающегося конгрессно-выставочной деятельностью;
- формирование базовых знаний, умений и навыков для успешного (в т. ч. самостоятельного) решения организационных и управленческих вопросов внешнеэкономической деятельности предприятия, занимающегося конгрессно-выставочной деятельностью;
- определение стратегий и форм взаимодействия государства, бизнеса и некоммерческих организаций;
- анализ моделей межсекторного социального партнерства;
- определение рисков спонсорства и направлений межсекторного социального партнерства

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
ПК-2 Способен обеспечивать проведение ивент-мероприятия в соответствии с заявленной программой и соглашениями с организаторами, партнерами, спонсорами	ПК-2.1 Знает основы организации ивент-мероприятий; основы управления проектами; тайм-менеджмент; основы управления персоналом; основы заключения договоров, контрактов.	33.019 Профессиональный стандарт «Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок»

43.03.01 Сервис, направленность (профиль) "Ивент-индустрия: конгрессно-выставочный сервис"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.ДВ.03.01 Конгрессно-выставочная деятельность как сфера внешнеэкономической деятельности

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
	<p>ПК-2.2 Умеет формировать детальный план проведения ивент-мероприятия и контролировать ход его выполнения; принимать решения в случае отклонений от разработанного детального плана; определять количество и квалификацию необходимого дополнительного персонала для работы на площадке во время проведения ивент-мероприятия; распределять задачи для персонала и контролировать их выполнение.</p> <p>ПК-2.3 Способен выполнять следующие трудовые действия: организовывать допуск и работу на ивент-площадке организациям, отвечающим за обустройство ивент-пространства, в соответствии с договорами и контролировать выполнение работ в соответствии с утвержденным планом ивент-мероприятия; контролировать оснащение и обеспечивать работу ивент-пространства для проведения деловых и дополнительных мероприятий в соответствии с утвержденными графиками и требованиями; контролировать выполнение программы дополнительных мероприятий в соответствии с утвержденным графиком; решать оперативные вопросы, возникающие в ходе проведения ивент-мероприятия.</p>	
ПК-5 Способен организовывать совместную работу с партнерами ивент-мероприятия всех уровней, в том числе с заинтересованными органами государственного управления, отраслевыми ассоциациями и союзами, торгово-промышленными палатами, отраслевыми организациями	<p>ПК-5.1 Знает о развитии отраслевых рынков, связанных с тематикой организуемого ивент-мероприятия; технологии эффективной работы со спонсорами; возможности участия представителей органов государственного управления различного уровня в подготовке и проведении ивент-мероприятий; особенности работы с различными группами потенциальных партнеров и спонсоров; возможности формирования пакетов услуг для партнеров и спонсоров ивент-мероприятия; особенности управления проектами ивент-мероприятий.</p> <p>ПК-5.2 Умеет выявлять интересы различных групп потенциальных партнеров и спонсоров; формировать индивидуальные предложения для различных групп потенциальных партнеров и спонсоров в рамках организуемого ивент-мероприятия; управлять ресурсами проекта ивент-мероприятия.</p>	33.019 Профессиональный стандарт «Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок»

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
	ПК-5.3 Способен выполнять следующие трудовые действия: осуществлять постановку задач перед участниками команды проекта ивент-мероприятия по выполнению соглашений с партнерами и спонсорами; проводить переговоры с потенциальными спонсорами ивент-мероприятия; заключать соглашения о сотрудничестве в сфере продвижения ивент-мероприятия и привлечения ее участников с ключевыми партнерами: национальными и международными профессиональными и отраслевыми ассоциациями, союзами, торгово-промышленными палатами, органами государственного управления различного уровня, консульствами, крупными национальными, зарубежными или международными организациями; контролировать соблюдение согласованных условий сотрудничества со спонсорами в ходе подготовки и проведения ивент-мероприятия.	

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-2.1. Знает основы организации ивент-мероприятий; основы управления проектами; тайм-менеджмент; основы управления персоналом; основы заключения договоров, контрактов.	Студент знает технологии участия в конгрессно-выставочных мероприятиях, критерии выбора поставщиков, правила организации закупки и составления договоров.
ПК-2.2. Умеет формировать детальный план проведения ивент-мероприятия и контролировать ход его выполнения; принимать решения в случае отклонений от разработанного детального плана; определять количество и квалификацию необходимого дополнительного персонала для работы на площадке во время проведения ивент-мероприятия; распределять задачи для персонала и контролировать их выполнение.	Студент умеет разрабатывать новые проекты, соблюдая необходимые требования по таймингу мероприятия, составлять план конгрессно-выставочного мероприятия, набирать персонал, необходимый для проведения мероприятия
ПК-2.3. Способен выполнять следующие трудовые действия: организовывать допуск и работу на ивент-площадке организациям, отвечающим за обустройство ивент-пространства, в соответствии с договорами и контролировать выполнение работ в соответствии с утвержденным планом ивент-мероприятия; контролировать оснащение и обеспечивать работу ивент-пространства для проведения деловых и дополнительных мероприятий в соответствии с утвержденными графиками и требованиями; контролировать выполнение программы дополнительных мероприятий в соответствии с утвержденным графиком; решать оперативные вопросы, возникающие в ходе проведения ивент-мероприятия.	Студент владеет навыками составления нормативной технической документации конгрессно-выставочных мероприятий, в том числе на внешних рынках, а также культурой экономического мышления, способностью обобщать и анализировать информацию экономического характера

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-5.1. Знает о развитии отраслевых рынков, связанных с тематикой организуемого ивент-мероприятия; технологии эффективной работы со спонсорами; возможности участия представителей органов государственного управления различного уровня в подготовке и проведении ивент-мероприятий; особенности работы с различными группами потенциальных партнеров и спонсоров; возможности формирования пакетов услуг для партнеров и спонсоров ивент-мероприятия; особенности управления проектами ивент-мероприятий.	Студент знает технологию проектирования процессов предоставления конгрессно-выставочных услуг с учётом основных тенденций развития современной экономической мысли, а также принципы организации эффективной коммуникации в сфере межсекторного партнерства и спонсорства по вопросам формирования и продвижения продукта конгрессно-выставочной деятельности
ПК-5.2. Умеет выявлять интересы различных групп потенциальных партнеров и спонсоров; формировать индивидуальные предложения для различных групп потенциальных партнеров и спонсоров в рамках организуемого ивент-мероприятия; управлять ресурсами проекта ивент-мероприятия.	Студент умеет выявлять приоритетные направления в проектировании конгрессно-выставочных услуг, находить организационно-управленческие решения в том числе на внешних рынках, а также умеет использовать в конгрессно-выставочной деятельности современные технологии продвижения с использованием межсекторного партнерства и спонсорства
ПК-5.3. Способен выполнять следующие трудовые действия: осуществлять постановку задач перед участниками команды проекта ивент-мероприятия по выполнению соглашений с партнерами и спонсорами; проводить переговоры с потенциальными спонсорами ивент-мероприятия; заключать соглашения о сотрудничестве в сфере продвижения ивент-мероприятия и привлечения ее участников с ключевыми партнерами: национальными и международными профессиональными и отраслевыми ассоциациями, союзами, торгово-промышленными палатами, органами государственного управления различного уровня, консульствами, крупными национальными, зарубежными или международными организациями; контролировать соблюдение согласованных условий сотрудничества со спонсорами в ходе подготовки и проведения ивент-мероприятия.	Студент владеет навыками анализа конгрессно-выставочной деятельности как приоритетного направления в проектировании новых продуктов, навыками организационной работы, в том числе по постановке задач, поиска персонала, способного проводить переговоры и взаимодействовать с клиентами и партнерами на внешнем рынке, а также владеет навыками отбора и применения различных видов партнерства в конгрессно-выставочной деятельности, поиска, отбора и оформления договоров со спонсорами проектов

3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-2.1 ПК-5.1	ПК-2.2 ПК-5.2	ПК-2.3 ПК-5.3
1	Понятие и сущность конгрессно-выставочных мероприятий	ПК-2	Тестирование №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
2	Основные этапы развития конгрессно-выставочной деятельности и теоретические основы социального партнерства	ПК-2 ПК-5	Тестирование №2 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
3	Сущность, виды и формы внешнеэкономической деятельности предприятий конгрессно-выставочной деятельности. Модели межсекторного спонсорства	ПК-2 ПК-5	Тестирование №3 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-2.1 ПК-5.1	ПК-2.2 ПК-5.2	ПК-2.3 ПК-5.3
4	Стратегии выхода предприятий конгрессно-выставочной деятельности на внешний рынок с использованием спонсорства. Виды партнеров. Партнерские роли. Партнерское соглашение. Права и обязанности партнеров.	ПК-2 ПК-5	Тестирование №4 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)	Задания творческого уровня №1 (20)
Количество баллов (100 баллов):			100		

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа	
<p>Тема 1: Понятие и сущность конгрессно-выставочных мероприятий Цели, задачи и формы конгрессно-выставочной деятельности. Классификация и методы организации конгрессно-выставочных мероприятий. Механизмы регулирования конгрессно-выставочной деятельности.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Индустрия конгрессно-выставочных мероприятий как ключевой фактор развития экономики отдельных городов, регионов и стран. Разработка концепции участия в конгрессно-выставочном мероприятии на международном рынке.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>	
<p>Тема 2: Основные этапы развития конгрессно-выставочной деятельности и теоретические основы социального партнерства История развития конгрессно-выставочной деятельности в мире и России. Основные дефиниции конгрессно-выставочной деятельности: выставка, выставка-ярмарка, торговая выставка, промышленно-торговая выставка, стенд, экспонент, экспонат, экспозиция, стендист. Социальное партнерство: особенности и специфика. Отличия партнерства от других видов взаимодействия.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Основные этапы развития выставочного бизнеса. Генезис конгрессно-выставочного дела. Конгрессно-выставочная деятельность: правовой статус мероприятия на международном рынке. Международное партнерство - новые направления сотрудничества.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>	
<p>Тема 3: Сущность, виды и формы внешнеэкономической деятельности предприятий конгрессно-выставочной деятельности. Модели межсекторного спонсорства Сущность, виды и формы внешнеэкономической деятельности предприятий. Понятие внешнеэкономической деятельности и внешнеэкономических связей. Взаимозависимость социально-экономического развития страны и состояния ее внешнеэкономических связей. Тенденции внешнеэкономических связей России с зарубежными странами. Значение и сущность внешнеэкономической деятельности в конгрессно-выставочной деятельности. Виды и формы ВЭД. Особенности коммерческой деятельности конгрессно-выставочного предприятия на внешнем рынке. Понятие спонсора и спонсорства. Спонсорство как отличный вид партнерства, особенности взаимодействия.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Факторы развития ВЭД: неравномерность экономического развития разных стран мира; различия в людских, сырьевых и финансовых ресурсах; характер политических отношений; уровень научно-технического развития; особенности географического положения, природных и климатических условий, влияние этих факторов на конгрессно-выставочную деятельность. Оформление спонсора. Преимущество привлечения спонсора в конгрессно-выставочную деятельность.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>	
<p>Тема 4: Стратегии выхода предприятий конгрессно-выставочной деятельности на внешний рынок с использованием спонсорства. Виды партнеров. Партнерские роли. Партнерское соглашение. Права и обязанности партнеров. Понятие и особенности внешнеэкономических стратегий предприятий конгрессно-выставочной деятельности. Факторы, влияющие на выбор внешнеэкономических стратегий. Виды стратегий. Стратегия контрольной точки. Стратегия «снятия сливок». Стратегия внедрения предприятия на внешний рынок. Ценностная стратегия. Риски партнерской деятельности. Рыночная концепция социальной справедливости (социальное партнерство, виды социального спонсорства)</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p>	

43.03.01 Сервис, направленность (профиль) "Ивент-индустрия: конгрессно-выставочный сервис"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.ДВ.03.01 Конгрессно-выставочная деятельность как сфера внешнеэкономической деятельности

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
Внешнеэкономическая стратегия РФ, региональные и страновые приоритеты во внешнеэкономической сфере России. формирование государственной системы обеспечения развития внешнеэкономической деятельности в конгрессно-выставочной деятельности
Лабораторная работа: -
Курсовая работа: не предусмотрено учебным планом

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 8
Аудиторные занятия (АЗ):	56	56
Лекционные занятия (Лек)	28	28
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	28	28
Самостоятельная работа студента (СР)	47	47
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	47	47
Контроль самостоятельной работы (КСР)	5	5
Контактная работа (КоР)	61	61
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	36	36
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	144/4	144/4

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Понятие и сущность конгрессно-выставочных мероприятий	8	6	6	0	11	6
2	Основные этапы развития конгрессно-выставочной деятельности и теоретические основы социального партнерства	8	6	6	0	12	6
3	Сущность, виды и формы внешнеэкономической деятельности предприятий конгрессно-выставочной деятельности. Модели межсекторного спонсорства	8	8	8	0	12	8
4	Стратегии выхода предприятий конгрессно-выставочной деятельности на внешний рынок с использованием спонсорства. Виды партнеров. Партнерские роли. Партнерское соглашение. Права и обязанности партнеров.	8	8	8	0	12	8
Итого:			28	28	0	47	28

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 9
Аудиторные занятия (АЗ):	10	10
Лекционные занятия (Лек)	4	4
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	6	6
Самостоятельная работа студента (СР)	119	119
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	119	119
Контроль самостоятельной работы (КСР)	6	6
Контактная работа (КоР)	16	16

43.03.01 Сервис, направленность (профиль) "Ивент-индустрия: конгрессно-выставочный сервис"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.ДВ.03.01 Конгрессно-выставочная деятельность как сфера внешнеэкономической деятельности

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 9
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	9	9
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	144/4	144/4

* Подготовка к аудиторным занятиям

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Понятие и сущность конгрессно-выставочных мероприятий	9	2	0	0	29	6
2	Основные этапы развития конгрессно-выставочной деятельности и теоретические основы социального партнерства	9	0	2	0	28	6
3	Сущность, виды и формы внешнеэкономической деятельности предприятий конгрессно-выставочной деятельности. Модели межсекторного спонсорства	9	2	2	0	28	8
4	Стратегии выхода предприятий конгрессно-выставочной деятельности на внешний рынок с использованием спонсорства. Виды партнеров. Партнерские роли. Партнерское соглашение. Права и обязанности партнеров.	9	0	2	0	34	8
Итого:			4	6	0	119	28

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 9
Аудиторные занятия (АЗ):	28	28
Лекционные занятия (Лек)	14	14
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	14	14
Самостоятельная работа студента (СР)	76	76
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	76	76
Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
Контактная работа (КоР)	32	32
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	36	36
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	144/4	144/4

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Понятие и сущность конгрессно-выставочных мероприятий	9	2	2	0	16	6
2	Основные этапы развития конгрессно-выставочной деятельности и теоретические основы социального партнерства	9	4	4	0	18	6

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
3	Сущность, виды и формы внешнеэкономической деятельности предприятий конгрессно-выставочной деятельности. Модели межсекторного спонсорства	9	4	4	0	18	8
4	Стратегии выхода предприятий конгрессно-выставочной деятельности на внешний рынок с использованием спонсорства. Виды партнеров. Партнерские роли. Партнерское соглашение. Права и обязанности партнеров.	9	4	4	0	24	8
		Итого:	14	14	0	76	28

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4. Способ реализации дисциплины

Без использования онлайн-курса.

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

Основная литература:

1. ВЫСТАВОЧНОЕ ДЕЛО 3-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Фомичев В. И. - Санкт-Петербургский государственный экономический университет (г. Санкт-Петербург), 2023 г. - 227 с. - ISBN 978-5-534-12657-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/vystavochnoe-delo-515444>

3. ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ 11-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для вузов / Прокушев Е. Ф., Костин А. А. ; Под ред. Прокушева Е.Ф. - Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва), 2023 г. - 471 с. - ISBN 978-5-534-14246-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/vneshneekonomicheskaya-deyatelnost-510660>

3. ОСНОВЫ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 2-е изд., пер. и доп. Учебное пособие для вузов / Комарова Л. К. ; Отв. ред. Нехорошков В. П. - Сибирский государственный университет путей сообщения (г. Новосибирск), 2023 г. - 194 с. - ISBN 978-5-534-06841-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-vystavochnoy-deyatelnosti-513640>

Дополнительная литература:

1. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ. ПРОЕКТЫ СОЦИАЛЬНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ И ВСЕМИРНЫЕ ВЫСТАВКИ. Учебное пособие для вузов / Курумчина А. Э. - Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (г. Екатеринбург), 2023 г. - 119 с. - ISBN 978-5-534-10770-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/sociokulturnye-kommunikacii-proekty-socialnyh-transformaciy-i-vsemirnye-vystavki-517273>

2. ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. Учебник и практикум для вузов / Жираткова Ж. В., Рассохина Т. В., Очилова Х. Ф. - Российская международная академия туризма (г. Химки), 2023 г. - 189 с. - ISBN 978-5-534-12370-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/organizaciya-ekskursionnoy-deyatelnosti-518582>

3. ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ. Учебник для вузов / Сенотрусова С. В. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва), 2023 г. - 198 с. - ISBN 978-5-534-14556-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/vneshneekonomicheskaya-deyatelnost-organizacii-520183>

6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении

образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения

1. Операционная система
2. Пакет прикладных офисных программ
3. Антивирусное программное обеспечение
4. LMS Moodle
5. Вебинарная платформа

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. ibooks.ru : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный
2. Электронно-библиотечная система СПБУТУиЭ : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный
3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru>. - Текст: электронный
4. [eLibrary.ru](http://elibrary.ru) : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный
5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: arhiv.naicn.ru. - Текст: электронный
6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный
7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный
8. [Exposclub.ru](https://www.exposclub.ru): международный выставочный портал [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.exposclub.ru>. - Текст: электронный
9. [HR-tv.ru](https://thehrd.ru/) [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://thehrd.ru/>. - Текст: электронный
10. Экономический портал [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://institutions.com>. - Текст: электронный
11. Турбизнес [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://www.tourbus.ru>. - Текст: электронный
12. Министерство экономического развития Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://economy.gov.ru>. - Текст: электронный
13. Министерство культуры Российской Федерации (Минкультуры России): профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://culture.gov.ru>. - Текст: электронный
14. Министерство иностранных дел Российской Федерации (МИД России): профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://www.mid.ru>. - Текст: электронный
15. [Executive.ru](https://www.executive.ru): профессиональная база данных . - Режим доступа: <https://www.executive.ru>. - Текст: электронный

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа - практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами

обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

2. Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, лицензионным программным обеспечением

3. При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства), программным обеспечением; рабочее место обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном portalе Университета imeos.ru и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

9. Оценочные материалы по дисциплине

Описание оценочных средств (показатели и критерии оценивания, шкалы оценивания) представлено в приложении к основной профессиональной образовательной программе «Каталог оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации».

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета.

Для оценивания учебных достижений студентов в Университете действует балльно-рейтинговая система.

Если оценка, соответствующая набранной в семестре сумме рейтинговых баллов, удовлетворяет студента, то она является итоговой оценкой по дисциплине при проведении промежуточной аттестации в форме экзамена/зачета с оценкой/зачета.

Условием сдачи экзамена/зачета с оценкой/зачета с целью повышения итоговой оценки по дисциплине является сдача студентом экзамена, за который он получает экзаменационные баллы без учета баллов, полученных за текущий контроль:

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачетом без оценки

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100	
Итоговая оценка по дисциплине	Незачет		Зачет					
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	50 и менее	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100	
	F	Fx	E	D	C	B	A	
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный	

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся экзаменом/зачетом с оценкой

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100	
Итоговая оценка по дисциплине	Неудовлетворительно		Удовлетворительно		Хорошо		Отлично	

Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

9.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля

Тестирование №1

1. В глобальном экономическом аспекте конгрессно-выставочное мероприятие – это:

1. «Зеркало» технического развития.
2. Предприятие-экспонент в миниатюре.
3. «Биржа» информации.
4. «Термометр цен».

2. Участие в конгрессно-выставочных мероприятиях играет первостепенную роль в предпринимательском становлении экспонента:

1. Формирует общественное мнение о нем.
2. Демонстрирует общую картину его отношений с конкурентами.
3. Защищает от ошибочных решений-действий.
4. Способствует связи со средствами массовой информации.

3. Национальные конгрессно-выставочные предприятия:

1. имеют сферу действия в радиусе 100 км, представляют одну или несколько отраслей и предназначаются для малых предприятий.
2. предприятия в которых участвуют 0 % зарубежных экспонентов.
3. предприятия целью которых является демонстрация продукции национального производства и стимулирования её сбыта.

4. Универсальные конгрессно-выставочные мероприятия это:

1. мероприятия, имеющие строгую специализацию в отношении экспонируемой на них продукции.
2. мероприятия, предлагающие товары/услуги нескольких, обычно родственных, отраслей.
3. мероприятия, достигшие расцвета на рубеже 19-20 веков и представляющие собой зеркало национальной экономики той эпохи.

5. По историческим, геополитическим, экономическим и другим причинам, метрополией торговых конгрессно-выставочных мероприятий является:

1. Европа
2. Юго-Восточная Азия
3. Северо-Американский континент

6. Глобально-мировой тип конгрессно-выставочного мероприятия это:

1. Конгрессно-выставочное мероприятие, которое привлекает экспонентов со всего мира, коммерческие предложения которых соответствуют европейским стандартам.

2. Конгрессно-выставочное мероприятие, ориентирующееся на предприятия крупного масштаба с развитой международной стратегией маркетинга и являющееся эталоном оценки техникоэкономического развития мирового рынка.
3. Конгрессно-выставочное мероприятие, которое станет средством показа национальной продукции той или иной страны на общеевропейском рынке.

7. Глобально-европейский тип конгрессно-выставочного мероприятия это:

1. Конгрессно-выставочное мероприятие, которое привлекает экспонентов со всего мира, коммерческие предложения которых соответствуют европейским стандартам.
2. Конгрессно-выставочное мероприятие, ориентирующееся на предприятия крупного масштаба с развитой международной стратегией маркетинга и являющееся эталоном оценки техникоэкономического развития мирового рынка.
3. Конгрессно-выставочное мероприятие, которое станет средством показа национальной продукции той или иной страны на общеевропейском рынке.

8. Евро-мировой тип конгрессно-выставочного мероприятия это:

1. Конгрессно-выставочное мероприятие, которое станет средством показа национальной продукции той или иной страны на общеевропейском рынке.
2. Конгрессно-выставочное мероприятие, которое привлекает экспонентов со всего мира, коммерческие предложения которых соответствуют европейским стандартам.
3. Конгрессно-выставочное мероприятие, где будет демонстрироваться европейское предложение товаров и услуг на мировом рынке.

9. Регионально-мировой тип конгрессно-выставочного мероприятия это:

1. Конгрессно-выставочное мероприятие, которое привлекает экспонентов со всего мира, коммерческие предложения которых соответствуют европейским стандартам.
2. Конгрессно-выставочное мероприятие, которое станет средством показа национальной продукции той или иной страны на общеевропейском рынке.
3. Конгрессно-выставочное мероприятие, задачей которого будет демонстрация европейской продукции на конкретном рынке.

10. Евро-региональный тип конгрессно-выставочного мероприятия это:

1. Конгрессно-выставочное мероприятие, задачей которого будет демонстрация европейской продукции на конкретном рынке
2. Конгрессно-выставочное мероприятие, которое привлекает экспонентов со всего мира, коммерческие предложения которых соответствуют европейским стандартам.
3. Конгрессно-выставочное мероприятие, где будет демонстрироваться европейское предложение товаров и услуг на мировом рынке.

Тестирование №2

1. Какой тип конгрессно-выставочных мероприятий является наиболее динамично развивающимся?

1. Глобально-мировой.
2. Евро-мировой.
3. Регионально-мировой.

2. Для внутривнутрирегионального типа конгрессно-выставочных мероприятий характерно:

1. Привлечение к участию в выставке предприятий с развитой международной стратегией маркетинга.
2. Обращение местного производства к местному спросу.
3. Показ национальной продукции на конкретном рынке.

3. Что такое выставка?

1. хранилище историко-культурного наследия, призванного способствовать просвещению
2. внутренняя обстановка, имеющая историческое, мемориальное, художественное и прочее значение, в которой сохраняется или воссоздается на документальной основе размещение предметов в жизни.
3. публичный, как правило, временный показ товаров или художественных произведений, основная форма ознакомления со своей продукцией или произведениями искусства.

4. Классификация конгрессно-выставочных мероприятий по территориальному признаку (убрать лишнее):

1. региональные
2. межрегиональные
3. евро-мировые
4. международные

5. Классификация конгрессно-выставочных мероприятий по отраслевому признаку (убрать лишнее):

1. универсальные
2. национальные
3. многоотраслевые
4. отраслевые / специализированные

6. Классификация конгрессно-выставочных мероприятий по направлению работы (убрать лишнее):

1. выставки сезонные
2. выставки по осуществлению Продаж / Заказов
3. информационно-ознакомительные
4. выставки, проводимые в целях развития контактов

7. Какова роль государства в системе спонсорства?

1. третейский судья;
2. арбитр;
3. третейский судья, гарант выполнения обязательств участниками социального партнерства и равноправный участник социального партнерства;
4. равноправный участник

8. Экспозиция – это:

1. площадь экспозиционного зала, используемая для размещения экспонатов

2. кратковременное, периодически и, в основном, в одном и том же месте проводимое мероприятие, в рамках которого большое количество предприятий с помощью образцов представляют объективный масштаб товаров и услуг
3. размещение в выставочных помещениях или на открытом воздухе по определенной системе различных товаров, художественных произведений, памятников материальной культуры и т.д.

9. Экспонент – это:

1. предмет, выставленный для обозрения
2. единый комплекс площади, которую организатор выставки представляет в аренду участнику
3. лицо или предприятие, которое участвует в выставке, располагая отдельным стендом с целью продвижения своих профессиональных интересов

10. Моделью социального партнерства, представляющей отношения на рынке конгрессно-выставочной деятельности является:

1. межсекторное социальное партнерство;
2. тред-юнионистское социальное партнерство;
3. коммерческое партнерство;
4. третейский суд.

Тестирование №3

1. Моделью социального партнерства, представляющей некоммерческие отношения между конгрессно-выставочным предприятием и государством, является:

1. межсекторное социальное партнерство;
2. тред-юнионистское социальное партнерство;
3. коммерческое партнерство;
4. толерантность.

2. Какой период реформирования ВЭД России характеризуется изменением принципов управления внешней торговли и ее децентрализация (расширение прав отраслевых министерств и ведомств, предприятий, создание СП, международных объединений, ассоциаций внешнеэкономического сотрудничества)

1. 1986-1988 гг.
2. 1989-1991 гг.
3. с 1992 г.

3. Перечислите основные виды ВЭД.

1. внешнеторговая деятельность, валютные и финансово-кредитные операции, производственная кооперация, международное инвестиционное сотрудничество
2. внешнеторговая деятельность, производственная кооперация, сотрудничество в области научно-технической и научно-производственной сферы, международное инвестиционное сотрудничество
3. внешнеторговая деятельность, производственная кооперация, международное

инвестиционное сотрудничество, валютные и финансово-кредитные операции, военнотехническое сотрудничество.

4. В какой из рассматриваемых классификаций перечислены формы ВЭД (несколько):

1. внешнеторговая деятельность, валютные и финансово-кредитные операции, производственная кооперация, международное инвестиционное сотрудничество
2. сотрудничество в области научно-технической и научно-производственной сферы, военно-техническое сотрудничество, строительные и проектно-строительные услуги, лизинг, сотрудничество на компенсационной основе, сотрудничество в области транспорта
3. социально-культурные услуги, иностранный туризм, внешнеэкономическая реклама, прибрежная и приграничная торговля.

5. Передача исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности или предоставление права на использование объектов интеллектуальной собственности в конгрессно-выставочной деятельности:

1. внешняя торговля услугами
2. внешняя торговля информацией
3. внешняя торговля интеллектуальной собственностью

6. Способы государственного регулирования внешнеэкономической деятельности в конгрессно-выставочной деятельности - это:

1. долгосрочное прогнозирование, среднесрочное индикативное планирование, краткосрочное оперативное регулирование
2. экономические инструменты, меры кредитного и фискального характера
3. административные и организационно-правовые формы регулирования

7. Косвенное воздействие на внутрихозяйственные экономические процессы, прежде всего в сфере организации выставок, которые реализуются в первую очередь через финансово-кредитную и банковскую системы посредством изменения ставки процента, скидок и субсидий, а также налоговую систему, ценовой механизм, систему страхования, таможенных инструментов и т.д. как методы государственного регулирования ВЭД представляют собой:

1. прямое административное вмешательство
2. организационно-правовые методы регулирования
3. экономические методы регулирования

8. Этот способ государственного регулирования обеспечивается путем прогнозирования, программирования и стратегического планирования экономики и преследует главным образом цели формирования стратегии и приоритетов в развитии национальных отраслей, способных обеспечить выпуск конкурентоспособной продукции и вписаться в мировой рынок -

1. долгосрочное государственное регулирование
2. среднесрочное государственное регулирование
3. краткосрочное государственное регулирование

9. Этот метод экономического регулирования в международной конгрессно-выставочной деятельности предполагает стоимостное воздействие на экспортно-импортные потоки в

процессе пересечения ими национальных государственных границ

1. таможенно-тарифное регулирование
2. нетарифное регулирование
3. стимулирование экспортеров

10. Стоимостный размер платы, взимаемой государством с товаров при ввозе их на таможенную территорию импортера - это:

1. таможенный тариф
2. таможенная пошлина
3. тарифная преференция

Тестирование №4

1. Для ансамблевого типа экспозиции характерно:

1. посредством экспозиционных материалов раскрывает определенную тему или проблему с помощью подтем и подразделов
2. воссоздание взаимосвязи и взаимозависимости природных компонентов; их основная структурная единица – био группы и ландшафтные диорамы
3. сохраняет или реконструирует на основе достоверных научных данных реально существовавшую или типичную для определенной эпохи социокультурную обстановку

2. Для прикладного типа экспозиции характерно:

1. вовлечение посетителя в диалог с выставкой посредством мультимедийных компьютерных систем
2. предоставление возможности посетителям приобрести непосредственный опыт взаимодействия с объектами; обычно для этого используются дубликаты или копии
3. воссоздание атмосферы времени и места/среды, в которой создавались те или иные экспонаты

3. Стенд на конгрессно-выставочном мероприятии представляет собой:

1. единый комплекс площади, которую организатор выставки представляет участнику и элементов конструкции / оформления, с помощью которых последний достигает осуществления своего участия в выставке
2. площадь экспозиционного зала, используемая для размещения экспонатов
3. специальные приспособления для демонстрации экспонатов: витрины, подставки, подиумы, щиты, турникеты и т.д.

4. Какой нормативный документ определяет основные термины конгрессно-выставочной деятельности?

1. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации
2. ГОСТ Р – 53103-2008 «Деятельность выставочно-ярмарочная».
3. Закон РФ «О рекламе» №38-ФЗ от 13.03.2006.

5. Конгрессно-выставочная деятельность – это ...

1. процесс выработки и осуществления управляющих воздействий на выставочно-ярмарочную деятельность.
2. согласование и упорядочение выставочно-ярмарочной деятельности её основными участниками на федеральном, региональном и местном уровнях.
3. предпринимательская деятельность в сфере выставочных услуг, осуществляемая для содействия становлению и развитию отношений торгово-экономического, научно-технического и инвестиционного сотрудничества

6. Модель экономической системы некоммерческого партнерства: производством продукта некоммерческого сектора;

1. воспроизводством продукта некоммерческого сектора;
2. потреблением продукта некоммерческого сектора;
3. обращением продукта некоммерческого сектора

7. Тактические решения - это:

1. наиболее важные решения, определяющие все дальнейшие действия компании
2. детальная проработка общей концепции внешнеэкономической деятельности

8. Исторической предпосылкой спонсорства, имеющей двухтысячелетнюю историю, выступает:

1. самоуправление первых христианских общин;
2. самоуправление в крестьянских общинах;
3. городское самоуправление в древнем Пскове;
4. взаимопомощь в крестьянских общинах.

9. К формам присутствия компании на зарубежном рынке не относят:

1. чистый экспорт
2. франчайзинг
3. производственная структура за рубежом
4. ведение маркетинговой деятельности

10. Выберите из представленных характеристик описание стратегического плана конгрессно-выставочной деятельности по выходу на внешний рынок

1. в течение пяти лет фирма выйдет на рынки соседних регионов
2. в ближайшие три года планируется завоевание лидерства в своем регионе

Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1

Студенты делятся на несколько групп по 3-4 человека. Каждой группе дается описание предприятия конгрессно-выставочной деятельности, в том числе дата создания, направление деятельности, опыт выставочной деятельности, продукты и т.д., которая собирается выйти на внешний рынок.

Каждая команда должна прописать:

1. Регулирование ВЭД на уровне региона.
2. Структуру таможенных органов РФ и их основные функции.

3. Таможенный контроль ВЭД.

4. Возможность привлечения спонсора. (Поиск, отбор, предложение для спонсора)

5. Описание возможных партнеров мероприятия. Вид партнерства. Риски партнеров и предприятия

Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1

Подготовиться к обсуждению вопросов:

1. Каковы общие причины участия фирмы в выставках?

2. Основные этапы проектирования экспозиции.

3. Основные этапы создания экспозиции.

4. Какие задачи решает выставочный дизайн?

5. Организация рекламной компании выставки.

6. Место партнеров в экспозиции. Условия и привелегии

7. Представление спонсора на выставке - прямое и косвенное

Задания творческого уровня №1

Задача:

Проанализировать компоненты, применяемые спонсорами в сфере международного партнерства конгрессно-выставочной деятельности.

Задание должно быть представлено в формате World, лучший анализ будет представлен автором в аудитории. Задание выполняется индивидуально.

Структура отчета:

1. Изучение среды.

2. Решение о целесообразности выхода конгрессно-выставочного предприятия на внешний рынок. Поиск международных спонсоров.

3. Решение формирования ассортимента с учетом интересов международных партнеров и спонсоров.

4. Решение о методах выхода на рынок. (Зарубежный и внутренний)

5. Решение о структуре комплекса мероприятий.

6. Ценообразование.

7. Конкурентоспособность продукции.

8. Проблемы продвижения товаров на внешний рынок

9.2. Примерный перечень тем курсовой работы

Не предусмотрено учебным планом

9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: экзамен

Примерный перечень теоретических вопросов к экзамену (Вопрос №1)

1. Терминология, основные определения конгрессно-выставочной деятельности.

2. Нормативно-правовые документы регламентирующие конгрессно-выставочную деятельность в РФ.

3. Назначение конгрессно-выставочных мероприятий, их роль в современном обществе, в профессиональной сфере деятельности.

4. Социальное партнерство сегодня: государство, местное самоуправление, некоммерческие организации, бизнес и ассоциации предпринимателей.

5. Основные механизмы социального партнерства.

6. Классификация конгрессно-выставочных мероприятий по месту проведения.

7. Классификация конгрессно-выставочных мероприятий по частоте проведения. 8.

Классификация конгрессно-выставочных мероприятий по направлению работы.

9. Классификация конгрессно-выставочных мероприятий по виду.

10. Спонсоринг и спонсорский пакет

Примерный перечень практических заданий к экзамену (Вопрос №2)

Пример задания «Выход компании на зарубежный рынок».

Первый этап работы:

1. Обоснование и выбор стратегии выхода на внешний рынок конгрессно-выставочного предприятия

2. Проработка условий реализации стратегии

Второй этап работы:

Разработайте примеры на каждую технологию межсекторного взаимодействия: —

- Социальный заказ; —
- Государственный гранты; —
- Фонды сообществ; —
- Общественные советы;
- Лоббирование; —
- Фандрайзинг