

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования "Пермский  
государственный национальный исследовательский  
университет"**

**Кафедра туризма**

Авторы-составители: **Митягина Анна Эрнестовна  
Зырянов Александр Иванович**

Рабочая программа дисциплины  
**ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И РЕКЛАМА**  
Код УМК 80316

Утверждено  
Протокол №10  
от «06» мая 2020 г.

Пермь, 2020

## **1. Наименование дисциплины**

Выставочная деятельность и реклама

## **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина входит в вариативную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **43.03.01** Сервис

направленность Социально-культурный сервис

### **3. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

В результате освоения дисциплины **Выставочная деятельность и реклама** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

**43.03.01** Сервис (направленность : Социально-культурный сервис)

**ПК.12** готовность к разработке продуктов и процесса предоставления услуг в профессиональной деятельности в соответствии с требованиями потребителя и на основе новейших современных технологий

**ПК.2** способность использовать методы мониторинга потребительского спроса

**ПК.9** знание методов и приемов продвижения туристских, экскурсионных продуктов и сервисных услуг

#### 4. Объем и содержание дисциплины

<b>Направления подготовки</b>	43.03.01 Сервис (направленность: Социально-культурный сервис)
<b>форма обучения</b>	очная
<b>№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины</b>	10
<b>Объем дисциплины (з.е.)</b>	3
<b>Объем дисциплины (ак.час.)</b>	108
<b>Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:</b>	42
<b>Проведение лекционных занятий</b>	14
<b>Проведение практических занятий, семинаров</b>	28
<b>Самостоятельная работа (ак.час.)</b>	66
<b>Формы текущего контроля</b>	Входное тестирование (1) Защищаемое контрольное мероприятие (1) Итоговое контрольное мероприятие (1) Письменное контрольное мероприятие (1)
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет (10 триместр)

## **5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины**

### **Введение (установочное занятие)**

Читается как установочная лекция у заочников. Определяются основные разделы, изучаемой дисциплины; терминология и классификация выставочной деятельности, история выставочной деятельности; основные маркетинговые технологии, применяемые в рекламной и выставочной деятельности. Выдается самостоятельное задание, направленное на изучение международных выставочных комплексов и выставок; задание на освоение этапов выставочной деятельности и рекламы в комплексе маркетинговых коммуникаций.

### **Выставочная деятельность и реклама**

Реклама и выставочная деятельность рассматриваются в комплексе маркетинговых коммуникаций. Рассматриваются виды и особенности рекламы в сфере сервиса и туризма. Характеризуются современный выставочный процесс и рекламные кампании. Основные этапы выставочной и рекламной деятельности.

#### **Раздел 1. Выставочная деятельность и реклама и ее специфика в сервисе.**

Раздел 1. Определяет основные понятия выставочной деятельности, предпосылками возникновения и этапами эволюции выставок, ярмарок, конвенкт-центров и географию международных выставочных центров , их классификация. Изучает выставочныхе и рекламные мероприятий.

#### **Раздел 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.**

Студенты изучают методы продвижения сервисных продуктов, осваивают правила, функции и стили рекламы. В рамках раздела студенты разрабатывают бриф сервисного предприятия, обучаются планированию выставочных мероприятий. Изучают особенности выставочных коммуникаций, также осваивают специфику работы в выставочной команде, работы в качестве стендиста.

#### **Раздел 3. Организация рекламной деятельности.**

В разделе изучаются основные принципы организации рекламной деятельности на сервисных предприятиях, средства распространения рекламной информации, организации рекламной кампании, подготовке рекламно-информационных материалов, планирования выставочного бюджета и бюджета рекламной кампании, оценки результатов продвижения сервисного продукта на рынках.

## **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторские занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

## **7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

## 8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

### Основная:

1. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2851-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/448047>
2. Найджел, Морган Реклама в туризме и отдыхе : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет ; перевод В. Н. Егоров, Б. Л. Ерёмин. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — ISBN 5-238-00647-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/71244.html>

### Дополнительная:

1. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р. Ю. Овчинникова ; под редакцией Л. М. Дмитриева. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 239 с. — ISBN 978-5-238-01525-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/74886.html>
2. Потапова, С. А. Экскурсионно-выставочная деятельность : учебное пособие / С. А. Потапова. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2012. — 99 с. — ISBN 978-5-98079-824-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/14533>
3. Басалаева, О. Г. Социология : учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по направлениям подготовки: 51.03.04 (072300.62) «Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия» (профили: «Выставочная деятельность», «Культурный туризм и экскурсионная деятельность»), 38.03.02 (080200.62) «Менеджмент» (профили: «Управление человеческими ресурсами», «Управление малым бизнесом») / О. Г. Басалаева. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2015. — 114 с. — ISBN 978-5-8154-0303-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/55812.html>
4. Козлова, В. А. Реклама в туризме : учебно-методическое пособие / В. А. Козлова. — Орел : Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИВ), 2014. — 126 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/33438>

## **9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины**

<http://www.uefexpo.ru/> Ассоциация выставок и ярмарок

<https://expoperm.ru/> Пермская ярмарка

[elibrary.ru](http://elibrary.ru) информационная библиотека

<https://tourism.gov.ru/> Агентство по туризму РФ

<http://mtm.permkrai.ru/> Министерство по туризму ПК

## **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

Образовательный процесс по дисциплине **Выставочная деятельность и реклама** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем: Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий); доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС) доступ в электронную информационно-образовательную среду университета. Офисный пакет приложений «LibreOffice», ALT Linux ПО на ноутбук: ОС «Альт Образование» (Договор № ДС 003–2020).

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ ([student.psu.ru](http://student.psu.ru)).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

## **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Аудитория для лекционных занятий, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Аудитория для практических занятий, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Групповые (индивидуальные) консультации проходят в аудитории, оснащенной меловой (и) или маркерной доской.

Аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации оснащенная меловой (и) или маркерной доской.

Аудитория для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ



Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине  
Выставочная деятельность и реклама**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции и  
критерии их оценивания**

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p><b>ПК.9</b> знание методов и приемов продвижения туристских, экскурсионных продуктов и сервисных услуг</p>	<p>знать особенности современного выставочного процесса, специфику отдельных видов выставочных проектов, типологию экспозиций, функциональные особенности различных выставок, экономические аспекты выставочной деятельности; уметь ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития выставочной деятельности; владеть современными способами эффективной организации рекламной деятельности в продвижении туристского и экскурсионного продукта и сервисных услуг</p>	<p align="center"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не знает основ дисциплины, необходимых при формировании компетенции; Отсутствие умений, знаний, навыков</p> <p align="center"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Общие, но не структурированные знания основ выставочной и рекламной деятельности в отношении туристского и экскурсионного продукта Частично сформированное умение ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития выставочной деятельности; Слабое владение способами и методами продвижения туристского и экскурсионного продукта.</p> <p align="center"><b>Хорошо</b></p> <p>Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания особенностей современного выставочного процесса, В целом успешные, но содержащие отдельные пробелы умения ориентироваться в основных тенденциях и перспективах развития выставочной деятельности В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков реализации туристского продукта с использованием коммуникативных технологий и способов эффективной организации рекламной деятельности в продвижении туристского и экскурсионного продукта и сервисных услуг</p> <p align="center"><b>Отлично</b></p> <p>Сформированные систематические знания о выставочной деятельности и продвижении туристского и экскурсионного продукта;</p>

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Сформированное умение осуществлять мыслительную деятельность, выделять главное и определять второстепенное, ставить цели и выбирать пути их достижения в процессе профессиональной деятельности Успешное и систематическое применение навыков организации рекламной деятельности в продвижении туристского и экскурсионного продукта и сервисных услуг, реализации туристского продукта с использованием коммуникативных технологий</p>
<p><b>ПК.2</b> способность использовать методы мониторинга потребительского спроса</p>	<p>владение информацией о методах и приемах продвижения туристских, экскурсионных продуктов и сервисных услуг в процессе организации выставочной и рекламной деятельности</p>	<p style="text-align: center;"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>не знает методы и алгоритм организации продаж и продвижению гостинично-ресторанного продукта не умеет на основе современных рыночных технологий организовывать рекламную деятельность гостиничного предприятия не владеет современными информационными технологиями в сфере выставочной и рекламной деятельности.</p> <p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>В целом разбирается в методах и алгоритме организации продаж, продвижении гостинично-ресторанного продукта удовлетворительно умеет на основе современных рыночных технологий организовывать рекламную деятельность гостиничного предприятия, допускает ошибки при планировании Владеет современными информационными технологиями в сфере выставочной и рекламной деятельности, при этом допускает ошибки или неточности.</p> <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>Хорошо знает методы и алгоритм организации продаж, Умеет на основе современных рыночных технологий организовывать рекламную деятельность гостиничного предприятия Владеет современными информационными технологиями в сфере выставочной и рекламной деятельности.</p>

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Отлично знает методы и алгоритм организации продаж и продвижению гостинично-ресторанного продукта  Умеет на основе современных рыночных технологий организовывать рекламную деятельность гостиничного предприятия  Владеет в совершенстве современными информационными технологиями в сфере выставочной и рекламной деятельности.</p>
<p><b>ПК.12</b>  готовность к разработке продуктов и процесса предоставления услуг в профессиональной деятельности в соответствии с требованиями потребителя и на основе новейших современных технологий</p>	<p>умеет разрабатывать коммуникационные мероприятия, способен к организации продаж и продвижению гостинично-ресторанного продукта на основе современных рыночных технологий</p>	<p style="text-align: center;"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не разработаны мероприятия по связям с общественностью, не представлена рекламная стратегия, неверно составлена программа продвижения гостинично-ресторанного продукта.</p> <p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>задания брифа заполнены в целом верно, учтены особенности характерные и специфические сервисной услуги или продукта, работа выполнена с незначительными стилистическими, арифметическими ошибками (не более 2);</p> <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>задания брифа заполнены верно, в 2 пунктах допущены ошибки, учтены особенности характерные и специфические сервисной услуги или продукта, работа выполнена с незначительными стилистическими, арифметическими ошибками (не более 2);</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Составлен подробный план размещения и издания рекламы, указаны наиболее эффективные средства распространения рекламы и продвижения, сроки размещения и периодичность размещения.  все пункты брифа заполнены полностью верно, учтены особенности характерные и специфические сервисной услуги или продукта, работа выполнена без грамматических и стилистических, арифметических ошибок</p>

<b>Компетенция</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
		<b>Отлично</b> (не более 1);

## Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : СУОС очное

**Вид мероприятия промежуточной аттестации :** Зачет

**Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации :** Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

**Максимальное количество баллов :** 100

### Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

Компетенция	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<b>Входной контроль</b>	Введение (установочное занятие) <b>Входное тестирование</b>	Знание основных теоретических понятий маркетинга и менеджмента
<b>ПК.2</b> способность использовать методы мониторинга потребительского спроса <b>ПК.9</b> знание методов и приемов продвижения туристских, экскурсионных продуктов и сервисных услуг	Раздел 1. Выставочная деятельность и реклама и ее специфика в сервисе. <b>Защищаемое контрольное мероприятие</b>	знание специфики выставочной деятельности и рекламы в сервисе
<b>ПК.2</b> способность использовать методы мониторинга потребительского спроса <b>ПК.9</b> знание методов и приемов продвижения туристских, экскурсионных продуктов и сервисных услуг	Раздел 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. <b>Письменное контрольное мероприятие</b>	умение исследовать выставочную и рекламную деятельность сервисного предприятия в процессе посещения выставки; способность описывать выставочный стенд, выставочные мероприятия и характеризовать бриф сервисного предприятия;

Компетенция	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p><b>ПК.9</b> знание методов и приемов продвижения туристских, экскурсионных продуктов и сервисных услуг</p> <p><b>ПК.12</b> готовность к разработке продуктов и процесса предоставления услуг в профессиональной деятельности в соответствии с требованиями потребителя и на основе новейших современных технологий</p>	<p>Раздел 3. Организация рекламной деятельности.</p> <p><b>Итоговое контрольное мероприятие</b></p>	<p>владение знаниями о современных способах эффективной организации рекламной деятельности в продвижении туристского и экскурсионного продукта и сервисных услуг; умение формулировать стратегию, идею и цели рекламной кампании, разрабатывать бриф сервисного продукта</p>

### Спецификация мероприятий текущего контроля

#### Введение (установочное занятие)

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
Основные понятия менеджмента в сфере туризма	5
Основные понятия маркетинга в сфере сервиса и туризма	5

#### Раздел 1. Выставочная деятельность и реклама и ее специфика в сервисе.

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
умение раскрывать тему исследования, изучать и цитировать литературные источники, уметь делать развернутые выводы по существу, (оформлять реферат в соответствии с требованиями, без грамматических и орфографических ошибок)	10
знание особенностей современного выставочного процесса, владение этапами выставочного проектирования	10
способность ориентироваться в основных выставочных тенденциях, приводить актуальные примеры	5
умение защитить презентуемые положения реферата	5

#### Раздел 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
умение заполнять пункты брифа полностью и верно, с учетом особенностей сервисной услуги или продукта, выполнять работу без грамматических и стилистических, арифметических ошибок	10
владение навыками исследования организации выставочной деятельности сервисных и туристских предприятий	10
способность изучать коммуникационную деятельность сервисных предприятий	7
умение ориентироваться в основных выставочных тенденциях,	3

### **Раздел 3. Организация рекламной деятельности.**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **4 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
умение формулировать стратегию, идею и цели рекламной кампании, разрабатывать бриф сервисного продукта (слоган, логотип, цветовые решения и т.д).	13
способность выбрать средства распространения рекламы, периодичность и сроки размещения в них рекламы, рассчитать смету затрат на рекламные мероприятия.	10
владение знаниями о современных способах эффективной организации рекламной деятельности в продвижении туристского и экскурсионного продукта и сервисных услуг;	10
умение разрабатывать мероприятия по исследованию потребителя, соответствующее рекламной стратегии.	7