

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Институт искусств и культуры

УТВЕРЖДЕНО:  
Директор Д.В. Галкин

Рабочая программа дисциплины

**Организация выставочной деятельности**

по направлению подготовки

**54.03.01 Дизайн**

Направленность (профиль) подготовки:  
**Графический дизайн**

Форма обучения  
**Очная**

Квалификация  
**Бакалавр**

Год приема  
**2021**

СОГЛАСОВАНО:  
Руководитель ОП  
Т.А. Завьялова

Председатель УМК  
М.В. Давыдов

Томск – 2021

## **1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

– УК-2 – Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

– ОПК-5 – Способен организовывать, проводить и участвовать в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИОПК-5.3 Проектирует пространство культурных и бизнес событий с учетом свойств и возможностей материалов, техник и технологий.

ИОПК-5.2 Учитывает различную специфику организации мероприятий.

ИОПК-5.1 Разрабатывает концепцию мероприятия с учетом авторских и смежных прав других субъектов.

ИУК-2.3 Решает конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности) за установленное время.

ИУК-2.2 Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.

ИУК-2.1 Формулирует совокупность взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели работы, обеспечивающих ее достижение.

## **2. Задачи освоения дисциплины**

– Научиться ориентироваться в многообразии современных материалов рекламной продукции и выставочного оборудования;

– Научится формировать примерный бюджет организации участия в промышленных и художественных выставках, пользоваться необходимыми документами и научными материалами;

– научиться решать профессиональные задачи в сфере PR, показательного маркетинга, коммуникационного, выставочного дизайна и полиграфии.

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

Дисциплина относится к обязательной части образовательной программы. Дисциплина входит в модуль «Айдентика и брендинг».

## **4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине**

Седьмой семестр, зачет с оценкой

## **5. Входные требования для освоения дисциплины**

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «Теория и методология дизайна», «Айдентика и корпоративная культура», «Дизайн системы бренд-имиджа».

## **6. Язык реализации**

Русский

## **7. Объем дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

-лекции: 14 ч.

-практические занятия: 40 ч.

в том числе практическая подготовка: 40 ч.  
Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

## **8. Содержание дисциплины, структурированное по темам**

### **Тематический план:**

#### ***Раздел 1. Организация и участие в промышленных выставках***

Тема 1. История возникновения и развития ярмарок и выставок.

Ярмарки. Развитие промышленных выставок. Европа. США. Россия.

Тема 2. Цели и задачи ярмарок и выставок. Организации, регулирующие деятельность выставок и ярмарок. Цели и задачи ярмарок и выставок.

Тема 3. Классификация промвыставок. Выставочные форматы.

Тема 4. Организация участия предприятия в выставке или ярмарке. Выбор выставки. Условия аренды.

Тема 5. Выбор места для стенда. Виды стендов. Экспозиционные расходы. Материалы и оборудование выставки. Оформление стенда и экспонатов. Виды мобильных стендов. Презентационное оборудование. Составление сметы расходов.

Тема 6. Рекламные мероприятия на стадии подготовки. Включение фирмы в официальный каталог ярмарки/выставки. Публикация в отраслевых периодических изданиях.

Тема 7. Подготовка рекламных сообщений и печатной продукции. Каталоги продукции. Визитки. Сувенирная продукция. Рекламные мероприятия на радио и телевидении.

Тема 8. Этап работы стенда. Категории и подготовка работников-стендистов на экспозиции. Тренинги.

Тема 9. Организация коммуникаций участников выставки. Переговоры. Заключение договоров.

Тема 10. Специальные мероприятия. Презентации. Распродажи. Конференции. Подведение итогов: эффективность участия.

Тема 11. Проверка результатов участия. Анализ и систематизация контактов, осуществленных за период работы стенда. Составление отчета об участии

#### ***Раздел 2. Основные принципы проектирования музейных и художественных экспозиций***

Тема 1. Экспозиция как комплексный объект дизайна и искусства. Культурологический подход при формировании основной концепции экспозиции. Методы культурологии: диахронический, синхронистический, сравнительный, типологический, археологический, биографический, семиотический, психологический

Тема 2. Современные требования, предъявляемые к выставкам. Портрет представителя ядра целевой аудитории экспозиции. Ожидания посетителя. Интерактивность. Иммерсивность. Дополненная реальность и VR-технологии.

Тема 3. Тенденции развития экспозиционной деятельности. Дизайн и технологии. Технологии «обратного класса».

## **9. Текущий контроль по дисциплине**

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, проведения контрольных работ, тестов по лекционному материалу, выполнения домашних заданий и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

### **Проверка ИОПК-5.2:**

Тест по пройденному лекционному материалу. (см. в оценочных средствах дисциплины)

Вопросы для подготовки к тесту по дисциплине «Организация выставочной деятельности»:

1. История ярмарок Европы, средние века.

2. Чем знамениты немецкие города Лейпциг и Франкфурт?
3. Развитие ярмарочной торговли на Ближнем Востоке.
4. Чем знаменит «Хрустальный дворец» и что он из себя представлял?
5. К какому событию была построена Эйфелева башня инженера А. Г. Эйфеля в Париже?
6. Что Вы знаете о развитии ярмарок и выставок в России?
7. Какие организации регулируют деятельность международных выставок?
8. Промышленные выставки. Какие классификации знаете?
9. Основные цели и задачи участия в промышленных выставках и собственных экспозиций для экспонента.
10. Какие существуют форматы выставок по специализации? Их задачи и функции.
11. Из каких этапов состоит процесс подготовки к участию в выставке?
12. Экспозиционные расходы. Основные статьи расходов.
13. Рекламные мероприятия на стадии подготовки.
14. Какие виды стандартных стендов Вы знаете? Опишите их расположение и эффективность.
15. Какие виды мобильных конструкций вы знаете?
16. Какие требования предъявляются к стендисту в зависимости от цели экспозиции?
17. Подготовка рекламных сообщений и печатной продукции. Каталоги продукции. Визитки. Сувенирная продукция.
18. Подведение итогов промвыставки.

### **Проверка ИУК-2.3; ИУК-2.1:**

#### **Примерные темы самостоятельных письменных работ:**

##### **1. Рефераты**

- Реферат «Выставочный маркетинг на примере известной корпорации»
  - Реферат «Особенности современного дизайна промышленных выставок: основные тренды»
  - Реферат «Материалы и оборудование выставки»
2. Аналитические записки к проектам «Дизайн выставочного стенда на заданную тему» и «Проект выставки социо-культурной направленности»

Письменные работы выполняются на стандартных листах формата А4. Текст набирается на компьютере в текстовом редакторе MS Office Word 97-2007, шрифт Times New Roman, размер шрифта – 12, через одинарный интервал. Каждая страница текста нумеруется. Сокращение слов в тексте не допускается, за исключением общепринятых. Работа должна включать титульный лист с указанием темы, дисциплины, курса, группы, Ф.И.О. студентов. Общий объем письменных работ не должен превышать 10 страниц.

Кроме того, в самостоятельную работу студента входит сбор, редактирование, структуризация материалов, текстовых и иллюстративных элементов для выполнения творческого практического задания «Дизайн выставочного стенда на заданную тему».

##### **Критерии оценки самостоятельной работы**

К самостоятельной работе предъявляются следующие требования:

- соответствие содержания теме;
- правильная структурированность информации;
- наличие логической связи изложенной информации;
- соответствие оформления требованиям;
- аккуратность и грамотность изложения;
- корректность соблюдения поставленных преподавателем сроков.

## 10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Зачет с оценкой в седьмом семестре проводится в форме мультимедийной презентации защиты выполненных в течение семестра творческих дизайн-проектов.

### Проверка ИУК-2.3, ИУК-2.2, ИОПК-5.3

Примерные темы дизайн-проекта «Дизайн выставочного стенда на заданную тему»:

- Стенд оператора мобильной связи
- Стенд автомобильного концерна
- Стенд полиграфического предприятия
- Стенд книжного издательства
- Стенд мебельной фабрики
- Стенд обувной фабрики
- Стенд ювелирной фирмы
- Стенд Дома моды
- Стенд стоматологической клиники
- Стенд фармакологического завода
- Стенд строительной организации
- Стенд производителя отделочных материалов

### Проверка ИОПК-5.3 ИОПК-5.1 ИУК-2.2 ИУК-2.1

Примерные темы дизайн-проекта «Проект выставки социо-культурной направленности»:

- Дизайн-концепт книжной ярмарки
- Дизайн-концепт юбилейной выставки литератора/художника/политика...
- Дизайн-концепт тематической художественной выставки

Структура доклада-презентации по итогам работы над проектом соответствует компетентностной структуре дисциплины и включает:

Цель проекта, его значимость и реализуемость (ИУК 2.1); задачи проекта, ресурсы и ограничения, сроки и затраты (ИУК 2.2), **оригинальность проектного решения и соблюдение авторских прав (ИОПК-5.1)**, результаты выполнения проекта выставочного пространства (**ИОПК-5.3**)

Методические материалы по выполнению тестов, заданий и проектов расположены в курсе электронного университета «Moodle» <https://moodle.tsu.ru>

Поскольку освоение дисциплины предполагает получение студентом не только общих теоретических знаний, то на прохождение промежуточной успеваемости влияют результаты текущей работы студента. Программа предполагает выполнение следующих видов текущих работ: посещение занятий, защита реферативного исследования, выполнение практических заданий.

Общая максимальная сумма баллов, которую студент может набрать по дисциплине в течение семестра – 100 баллов: 60 баллов текущий контроль + 40 балл промежуточная аттестация. Ниже приведена таблица, в которой прописано, каким образом можно получить необходимые баллы.

Текущий контроль влияет на аттестацию. В случае невыполнения домашних заданий или пропусков занятий по неуважительной причине более чем на 25% оценка будет снижена.

Учебная деятельность студента. В скобках указано количество видов учебной деятельности в течение семестра.	Максимальное количество баллов		
	за каждое		в сумме за все виды

	задание		учебной деятельности семестра
Посещение занятий (15 занятий)	1	сумма	15
Выполнение практических заданий: (практические задания, защита реферативного исследования, участие в семинаре и др.) Средняя оценка max 5 баллов	5	X коэфф. 6	5x6=30
Теоретические контрольные точки (контрольная работа) Средняя оценка max 5 баллов	5	X коэфф. 3	15
Итого текущий контроль			62
Промежуточный контроль (экзамен или зачет)	Max. 5 б	X коэфф. 8	40
<b>Всего</b>			<b>100</b>

Переход от баллов к официальной системе оценки знаний студентов осуществляется в соответствии со следующей нормативной шкалой:

- ∑ баллов 81 - 100% - «5»
- ∑ баллов 61 - 80% - «4»
- ∑ баллов 41 - 60% - «3»
- ∑ баллов 0 - 40% - «2»

### 11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=00000>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

в) План практических занятий по дисциплине.

г) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов.

### 12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

1. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности: Учебное Б 48 пособие / С. Н. Бердыш ев. — 2-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2011. — 228 с.

2. Менеджмент специальных событий в сфере культуры/Тульчинский Г. Л.; Герасимов С. В.; Лохина Т. Е.. – М.: Издательство "Лань", "Планета музыки", 2021. - 384 стр. База данных: Сводный каталог ЭБС - НБ ТГУ

3. Проектирование музейных экспозиций и выставок: история – теория – практика: учебно-методич. пособие / М-во культуры РФ, С.-Петерб. гос. ин-т культуры, фак. мировой культуры, каф. музеологии и культурного наследия ; А. Н. Балаш, Е. И. Бородин, И. А. Куклинова [и др.] ; ред. Е. Н. Мастеница; ред.-сост. А. Н. Балаш. – Санкт-Петербург : СПбГИК, 2020 – 184 с. ; 19 с. ил. ISBN 978-5-94708-299-9

4. Суворов Н.Н. Галерейное дело. Обращение произведений искусства. Учебное пособие.. – СПб.: «Лань», 2015. - 304с.

5. Тарашенко А. А. Эффективная выставка : (методическое пособие) /Александра Тарашенко ; Том. обл. универс. науч. б-ка им. А. С. Пушкина ; [гл. ред. Барабанщикова Н. М.]. Томск : [Том. обл. универс. б-ка им. А. С. Пушкина] , 2013. 114 с., [4] цв. л. ил.

б) дополнительная литература:

1. Аги У., Кэмерон Г., Олт Ф., Уилкоккс Д. Самое главное в PR / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2004. – 560 с.
2. Азарова Л.В., Иванова К.А., Яковлев И.П. Организация PR-кампаний: Учебное пособие. / Под ред. Л.В. Азаровой. – СПб.: Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2000. – 68 с.
3. Антипов К.В., Баженов Ю.К. Паблик рилейшнз. М.: Дашков и Ко, 2001. – 148 с.
4. Бодуан Ж.-П. Управление имиджем компании. Паблик рилейшнз: предмет и мастерство. Пер. с франц. – М.: «ИМИДЖ-Контакт», ИНФРА-М, 2001. – 233 с.
5. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и Public Relations: Программы-консультанты. – СПб.: КФ «Триз-Шанс»; ИД «Бизнес-Пресса», 2002. – 380 с.
6. Джи Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение. – СПб.: Питер, 2000. – 224 с.
7. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне / [Л. С. Деточенко, В. В. Лобко, Н. В. Межерицкая и др.] ; под ред. В. О. Пигулевского, А. В. Овруцкого. Харьков : Гуманитарный центр , 2015. 430 с.: ил. 5 экз
8. Игнатъев Д., Бекетов А., Сарокваша Ф. Настольная энциклопедия Public Relations. – СПб.: Альпина Паблишер, 2003. – 240 с.
9. Кадырова С.В., Немцева Е.А., Тульчинский Г.Л. Self-managment в сфере культуры и искусства – СПб.: «Лань», 2013. - 224с.
10. Капитонов Э.А., Капитонов А.Э. Корпоративная культура. – М: ОАО Ростиздат, 2001. – 384 с.
11. Мейтленд Я. Рабочая книга PR-менеджера / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2005. – 176 с.
12. Основы выставочно-ярмарочной деятельности: Учебное пособие для вузов. / Под ред. Л.Е. Стровского. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 288 с.
13. Спивак В.А. Современные бизнес-коммуникации. – СПб.: Питер, 2002. – 448 с.
14. Ткаченко О. Н. Дизайн и рекламные технологии : учебное пособие : [для вузов по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью"] /О. Н. Ткаченко ; под ред. Л. М. Дмитриевой ; Омский гос. техн. ун-т (ОмГТУ). Москва : Магистр [и др.] , 2014. 174, [1] с.: рис., табл. – 1 экз.
15. Чернышева А. М. Брендинг : учебник для бакалавров : [для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям] /А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. Москва : Юрайт , 2014. 495, [9] с.: ил. 1 экз+ 2016 ЭБ ЮРАЙТ
16. Шляхтина Л.М. Основы музейного дела. Теория и практика. – СПб.: «Лань», 2016. - 240с.
17. Эйри Д. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера – СПб.: «Питер», 2016. - 224с.

в) ресурсы сети Интернет:

1. Российская государственная библиотека [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М., 1998 - . – Режим доступа: <http://www.rsl.ru/>
2. 2. Российская национальная библиотека [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М., 2000 - . – Режим доступа: <http://www.nlr.ru/>
3. Электронная библиотека ТГУ [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Томск, 2011 - . – Режим доступа: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
4. <http://www.mirvistavok.ru/>
5. <http://www.openexpo.ru/>
6. <http://expolife.openexpo.ru/>

### **13. Перечень информационных технологий**

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
- публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).

б) информационные справочные системы:

- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
- Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
- ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
- Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
- ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
- ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

#### **14. Материально-техническое обеспечение**

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации с презентационным мультимедийным оборудованием.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешенном формате («Актру»).

#### **15. Информация о разработчиках**

*Завьялова Татьяна Арнольдовна* – доцент кафедры дизайна Института искусств и культуры ТГУ, член Всероссийской творческой общественной организации «Союз художников России» и Международной ассоциации изобразительных искусств ЮНЕСКО.