

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

Институт искусств и культуры

УТВЕРЖДЕНО:
Директор ИИК Д.В. Галкин

Рабочая программа дисциплины

Организация и проведение выставок
по направлению подготовки

51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия

Направленность (профиль) подготовки :
Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия

Форма обучения
Очная

Квалификация
Бакалавр

Год приема
2022

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОП
О.М. Рындина

Председатель УМК
М.В. Давыдов

Томск – 2022

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

– ОПК-2 – Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.

– ПК-2 – Способен осуществлять все виды работ, связанные с учетом музейных коллекций, объектов культурного и природного наследия, включая постановку в Госкаталог.

– ПК-3 - Способен к участию в разработке проектов в рамках основных направлений музейной деятельности.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИОПК-2.1 - Ориентируется в поисковых системах и осуществляет отбор информационных ресурсов в социокультурной сфере;

ИОПК-2.2 - Использует базовые прикладные информационные технологии для решения научно-исследовательских и практических задач в профессиональной деятельности;

ИОПК-2.3 - Ориентируется в требованиях информационной безопасности при решении профессиональных задач;

ИПК-2.1 - Знает основные этапы работ по описанию музейных предметов и подготовке необходимых документов, связанных с учетом музейных предметов и коллекций, включая спецучет;

ИПК-3.3 - Разрабатывает проекты (частично) для музеев и музейных учреждений, включая экспозиции и выставки, экскурсии и культурно-образовательные программы, в том числе с применением современных технологий.

2. Задачи освоения дисциплины

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

– научиться 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 части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина входит в модуль «Научно-экспозиционная работа».

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

Восьмой семестр, зачет

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «Менеджмент и маркетинг в музейной деятельности», «Научное проектирование экспозиций».

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины

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

-лекции: 10 ч.

-практические занятия: 24 ч.

-семинарские занятия: 10 ч.

в том числе практическая подготовка: 24 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-2.1:

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

Вопросы для подготовки к семинарским докладам по дисциплине «Организация и проведение выставок» с использованием поисковых систем:

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 ИОПК-2.1; ИОПК-2.2:

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

Промежуточная аттестация по дисциплине происходит в восьмом семестре в форме зачета по 100-балльной системе. Для получения зачета необходимо в течение семестра набрать не менее 60 баллов в сумме за текущие занятия и представить доклад-презентацию по выполнению проектных заданий на итоговом занятии.

Оценочные материалы промежуточной аттестации прилагаются.

Проверка ИОПК-2.3; ИПК-3.3:

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
- Стенд по информационной безопасности в музее

Проверка ИОПК-2.3; ИПК-2.1; ИПК-3.3 Примерные темы дизайн-проекта «Проект выставки социо-культурной направленности» с указанием необходимой музейной документации для его реализации:

- 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; задачи проекта, ресурсы и ограничения, сроки и затраты (ИПК-3.3), информационной безопасности при решении профессиональных задач; (ИОПК-2.3), результаты выполнения проекта экспозиции (ИПК-2.1)

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 задание		в сумме за все виды 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
Всего			100

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 семинарских и 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. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне / [Л. С. Деточенко, В. В. Лобко, Н. В. Межеричкая и др.] ; под ред. В. О. Пигулевского, А. В. Овруцкого. Харьков : Гуманитарный центр , 2015. 430 с.: ил. 5 экз

3. 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

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 «Гриз-Шанс»; ИД «Бизнес-Пресса», 2002. — 380 с.

6. Джи Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение. — СПб.: Питер, 2000. — 224 с.

7. Игнатъев Д., Бекетов А., Сарокваша Ф. Настольная энциклопедия Public Relations. — СПб.: Альпина Паблишер, 2003. — 240 с.

8. Кадырова С.В., Немцева Е.А., Тульчинский Г.Л. Self-managment в сфере культуры и искусства — СПб.: «Лань», 2013. - 224с.

9. Капитонов Э.А., Капитонов А.Э. Корпоративная культура. — М: ОАО Ростиздат, 2001. — 384 с.

10. Мейтленд Я. Рабочая книга PR-менеджера / Пер. с англ. — СПб.: Питер, 2005. — 176 с.

11. Основы выставочно-ярмарочной деятельности: Учебное пособие для вузов. / Под ред. Л.Е. Стровского. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. — 288 с.

12. Спивак В.А. Современные бизнес-коммуникации. — СПб.: Питер, 2002. — 448 с.

13. 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.

14. 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

15. Шляхтина Л.М. Основы музейного дела. Теория и практика. — СПб.: «Лань», 2016. - 240с.

16. 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 OneNote, 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 смешанном 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.