

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
2024

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОП
Т.А. Завьялова

Председатель УМК
М.В. Давыдов

Томск – 2024

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

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

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.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

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

ИОПК-5.2 Учитывает различную специфику организации творческих мероприятий

ИОПК-5.3 Способен проектировать пространства культурных событий с учетом свойств и возможностей материалов, техник и технологий

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

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

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

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 Блоку 1 «Дисциплина (модули)».

Дисциплина относится к обязательной части образовательной программы. Дисциплина входит в модуль 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: 30 ч.

в том числе практическая подготовка: 30 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины, структурированное по темам

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.

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.

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

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

Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине смотреть в ОМ.

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:

– 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.

– 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

– Проектирование музейных экспозиций и выставок: история – теория – практика: учебно-методич. пособие / М-во культуры РФ, С.-Петербург. гос. ин-т культуры, фак. мировой культуры, каф. музеологии и культурного наследия ; А. Н. Балаш, Е. И. Бородина, 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

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

– Таращенко А. А. Эффективная выставка : (методическое пособие) /Александра Таращенко ; 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:

– Аги У., Кэмерон Г., Олт Ф., Уилкоккс Д. Самое главное в PR / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2004. – 560 с.

– 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.

– Антипов К.В., Баженов Ю.К. Паблик рилейшнз. М.: Дашков и Ко, 2001. – 148 с.

– Бодуан Ж.-П. Управление имиджем компании. Паблик рилейшнз: предмет и мастерство. Пер. с франц. – М.: «ИМИДЖ-Контакт», ИНФРА-М, 2001. – 233 с.

– Викентьев И.Л. Приемы рекламы и Public Relations: Программы-консультанты. – СПб.: КФ «Триз-Шанс»; ИД «Бизнес-Пресса», 2002. – 380 с.

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

- 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
- Игнатъев Д., Бекетов А., Сарокваша Ф. Настольная энциклопедия Public Relations. – СПб.: Альпина Паблишер, 2003. – 240 с.
- Кадырова С.В., Немцева Е.А., Тульчинский Г.Л. Self-managment в сфере культуры и искусства – СПб.: «Лань», 2013. - 224с.
- Капитонов Э.А., Капитонов А.Э. Корпоративная культура. – М: ОАО Ростиздат, 2001. – 384 с.
- Мейтленд Я. Рабочая книга PR-менеджера / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2005. – 176 с.
- Основы выставочно-ярмарочной деятельности: Учебное пособие для вузов. / Под ред. Л.Е. Стровского. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 288 с.
- Спивак В.А. Современные бизнес-коммуникации. – СПб.: Питер, 2002. – 448 с.
- 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.
- 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
- Шляхтина Л.М. Основы музейного дела. Теория и практика. – СПб.: «Лань», 2016. - 240с.
- Эйри Д. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера – СПб.: «Питер», 2016. - 224с.

в) ресурсы сети Интернет:

- Российская государственная библиотека - <http://www.rsl.ru/>
- Российская национальная библиотека - <http://www.nlr.ru/>
- Электронная библиотека ТГУ –<http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
- <http://www.mirvistavok.ru/>
- <http://www.openexpo.ru/>
- <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 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.