

45.8
к63

УНИВЕРСИТЕТЫ РОССИИ

Л. К. Комарова

ОСНОВЫ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ответственный редактор – В. П. Нехорошков

2-е издание



СООТВЕТСТВУЕТ
ПРОГРАММАМ
ВЕДУЩИХ НАУЧНО-
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ
ШКОЛ

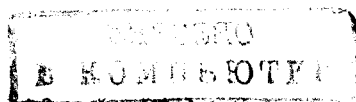
 **Юрайт**
Издательство
biblio-online.ru

Л. К. Комарова

ОСНОВЫ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ
ДЛЯ АКАДЕМИЧЕСКОГО БАКАЛАВРИАТА

Ответственный редактор — **В. П. Нехорошков**



*Допущено Министерством образования и науки Российской Федерации
в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений,
обучающихся по специальности «Социально-культурный сервис и туризм»*

Книга доступна в электронной библиотечной системе
biblio-online.ru

Москва ■ Юрайт ■ 2018

УДК 347.731.3(075.8)

ББК 79.2я73

К63

Автор:

Комарова Лидия Константиновна — доцент, кандидат педагогических наук, доцент кафедры мировой экономики и туризма факультета мировой экономики и права СГУПС.

Ответственный редактор:

Нехорошков Владимир Петрович — доктор экономических наук, заведующий кафедрой мировой экономики и туризма факультета мировой экономики и права СГУПС.

Рецензенты:

Гулиев Н. А. — профессор, заведующий кафедрой социально-культурного сервиса и туризма Омского государственного института сервиса;

Якушин С. Б. — президент выставочного общества «Сибирская ярмарка».

Комарова, Л. К.

К63

Основы выставочной деятельности : учеб. пособие для академического бакалавриата / Л. К. Комарова ; отв. ред. В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 194 с. — (Серия : Университеты России).

ISBN 978-5-534-06841-2

Серия «Университеты России» позволит высшим учебным заведениям нашей страны использовать в образовательном процессе издания (в том числе учебники и учебные пособия по различным дисциплинам), подготовленные преподавателями лучших университетов России и впервые опубликованные в издательствах университетов. Все представленные в этой серии работы прошли экспертную оценку учебно-методического отдела издательства и публикуются в оригинальной редакции.

В пособии рассмотрен теоретический материал и даны практические рекомендации по подготовке, организации, рекламно-информационному сопровождению выставок; изложены основные принципы планирования затрат, проведения маркетинговой политики и стратегии эффективной работы на выставке. Концептуально структура учебного пособия построена таким образом, чтобы представить сведения об участии предприятия в выставке наиболее полно, что в значительной степени позволяет облегчить процесс изучения материала. Особое внимание уделяется рассмотрению мероприятий туристской направленности.

Соответствует актуальным требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

Пособие предназначено студентам высших учебных заведений, обучающихся по гуманитарным направлениям.

УДК 347.731.3(075.8)

ББК 79.2я73



Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая компания «Дельфи».

ISBN 978-5-534-06841-2



© Комарова Л. К., 2005

© Комарова Л. К., 2018, с изменениями

© ООО «Издательство Юрайт», 2018

Оглавление

Введение.....	7
Раздел 1. Характеристика выставочно-ярмарочной деятельности.....	10
1.1. Общие понятия.....	10
1.2. Исторические аспекты и современные тенденции развития выставочного движения	12
1.3. Влияние выставок на экономику страны	20
1.4. Влияние государства, торгово-промышленной палаты и профессиональных ассоциаций на развитие выставочно-ярмарочной деятельности в России	24
1.5. Перспективы развития выставочно-ярмарочной деятельности.....	27
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>29</i>
Раздел 2. Нормативно-правовая база выставочно-ярмарочной деятельности.....	30
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>34</i>
Раздел 3. Классификация выставочно-ярмарочных мероприятий.....	35
3.1. Понятие и значение.....	35
3.2. Типология выставочно-ярмарочных мероприятий	38
3.3. Классификация выставок и ярмарок по отраслям экономики и их специализации.....	42
3.4. О связи выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности с туризмом (на примере Нью-Йорка)	46
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>47</i>
Раздел 4. Характеристика основных выставочных комплексов России	48
4.1. Акционерное общество «Выставка достижений народного хозяйства»	49
4.2. Центральный выставочный комплекс «Экспоцентр»	51
4.3. Международный выставочный центр «Крокус Экспо»	52

4.4. Конгрессно-выставочный центр «Сокольники».....	53
4.5. Публичное акционерное общество «Центр международной торговли».....	54
4.6. Выставочный комплекс «Гостиный Двор».....	55
4.7. Конгрессно-выставочный центр «ЭкспоФорум»	55
4.8. Международный выставочный центр «Екатеринбург-ЭКСПО».....	56
4.9. Международный выставочный комплекс «Новосибирск Экспоцентр».....	57
4.10. Международный выставочно-деловой центр «Сибирь».....	58
4.11. Выставочный комплекс «СибЭкспоЦентр».....	58
4.12. Выставочные организаторы.....	59
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	64
Раздел 5. Туристские выставки.....	65
5.1. Международная туристская выставка FITUR (Feria Internacional de Turismo)	66
5.2. Международная туристская выставка BIT (Borsa Internazionale del Turismo).....	67
5.3. Международная биржа по туризму ITB Berlin (Internationale Tourismus-Börse Berlin)	67
5.4. Всемирная туристская ярмарка WTM (World Travel Market)	68
5.5. Международная туристическая выставка «Интурмаркет» — ITM	69
5.6. Московская международная выставка «Путешествия и туризм» — MITT	69
5.7. Международная туристская выставка «ОТДЫХ»	70
5.8. Международная туристская выставка «INWETEX-CIS Travel Market».....	71
5.9. Международная туристическая выставка «Енисей»	72
5.10. Международная туристическая выставка «Байкалтур»	73
5.11. Международная выставка «Путешествия и туризм» — SITT	74
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	75
Раздел 6. Этапы планирования участия в выставке	76
6.1. Принятие решения	76
6.2. Выбор выставки.....	76
6.3. Определение целей участия.....	78
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	82
<i>Задачи</i>	83

Раздел 7. Выставочный бюджет	84
7.1. Противоречие между необходимостью и стоимостью.....	84
7.2. Составление сметы расходов.....	85
7.3. Стоимость участия в туристских выставках.....	95
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>96</i>
Раздел 8. Рекламно-информационная поддержка участия фирмы в выставке	97
8.1. Письма-уведомления.....	98
8.2. Письма-приглашения.....	99
8.3. Каталог	100
8.4. Реклама в прессе.....	100
8.5. Пресс-релиз (сообщение для прессы)	101
8.6. Анонс в прессе	102
8.7. День прессы (пресс-конференция)	102
8.8. День открытия выставки.....	102
8.9. Деловая программа выставки.....	103
8.10. Сувениры и подарки.....	104
8.11. Освещение итогов выставки в средствах массовой информации	105
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>106</i>
Раздел 9. Организация работы персонала на выставке... 107	107
9.1. Сколько человек должно работать на стенде?	108
9.2. Обучение и инструктаж персонала	108
9.3. Директор экспозиции фирмы	109
9.4. Внешний вид и поведение персонала.....	111
9.5. Общие задачи стендистов.....	112
9.6. Гостеприимство на стенде	113
9.7. Посетители выставок	113
9.8. Как вступать в разговор с посетителями?	115
9.9. Учет посетителей и их запросов	116
9.10. Типы посетителей.....	117
9.11. Основные правила работы стендистов	119
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>120</i>
Раздел 10. Выставочная площадь: выбор и оформление стенда, экспонаты	121
10.1. Выбор месторасположения стенда	121
10.2. На каком типе стенда остановить свой выбор?	123
10.3. Какой стенд выбрать: стандартный, мобильный или индивидуальный?.....	125

10.4. Оформление выставочного стенда	127
10.5. Средства оформления стендов и методы показа экспозиции	128
10.6. Экспонаты: что и как следует демонстрировать	130
10.7. Что демонстрирует на выставке туристская фирма?	134
10.8. Преимущества и недостатки участия турфирмы на коллективном стенде	137
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	139
<i>Практическое задание</i>	139
Раздел 11. Послевыставочная работа.	
Анализ результатов участия в выставке	140
11.1. Работа после завершения выставки	140
11.2. Анализ и оценка результатов участия в выставке	142
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	145
Раздел 12. Как достичь успеха на выставке	
12.1. В чем причина неудач?	146
12.2. Основные достоинства успешных экспонентов	148
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	150
Раздел 13. Особенности организации музейной и научно-технической экспозиции	
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	158
Тест для самоконтроля	159
Рекомендуемая литература	164
Терминологический словарь	167
Приложения	178
Приложение А. Минимальный перечень услуг для международного выставочного мероприятия, предоставляемых экспонентам организаторами выставок (заполняется в виде анкеты при вступлении выставочной компании в UFI — Всемирную ассоциацию выставочной индустрии)	178
Приложение Б	182
Приложение В	191