

Петелин, Владимир Герасимович. \

Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления (060000), специальностям «Коммерция» (351300) и «Реклама» (350400) / В.Г. Петелин. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. - 447 с.

*Учебник представляет в комплексе практически все аспекты выставочного дела: цели, задачи, координацию, регулирование, менеджмент и технологии, связанные с подготовкой, организацией и проведением научных, технических и промышленных выставок; участие в них отечественных и зарубежных организаций-производителей, исследователей, разработчиков, поставщиков и потребителей товаров и услуг.*

*Учебник включает следующие базовые направления: «Социально-экономические основы выставочной деятельности»; «Технологии подготовки и проведения выставки»; «Технологии организации участия предприятия в выставке»; «Работа стендиста на научно-технических, рекламно-имиджевых и коммерческих выставках».*

## Содержание

Введение.....	3
ЧАСТЬ I. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	6
Глава 1. Зарождение и развитие выставочной деятельности.....	6
1.1. Истоки искусства экспонирования и зарождение выставочного дела.....	6
1.2. Ярмарки и выставки в дореволюционной России.....	14
1.3. Выставочная деятельность в СССР. 1918—1991 г.г.....	20
1.4. От бюджетного выставочного дела к коммерческому. 1991—2005 г.г.....	24
Глава 2. Язык выставочного дела.....	30
2.1. Язык и понятийный аппарат современной выставочной деятельности.....	30
Глава 3. Организация и структура современной выставочной деятельности.....	36
3.1. Функции выставок в современном обществе. Цели и задачи организаторов.....	36
3.2. Выставочные организации и выставочно-ярмарочные программы .....	42
3.3. Материально-техническая база выставочно-ярмарочной деятельности.....	47
3.4. Рынок выставочно-ярмарочных услуг. Типы выставок в России. Международные классификации выставок.....	51

Глава 4. Нормативно-правовая база	
выставочно-ярмарочной деятельности.....	58
4.1. Законодательная и нормативная база	
выставочной деятельности.....	58
4.2. Таможенный кодекс и транспортно-	
экспедиторские услуги для выставочных грузов.....	69
4.3. Страхование выставок, экспонентов	
и выставочных грузов.....	73
4.4. Защита интеллектуальной собственности,	
демонстрируемой на выставках.....	76
Глава 5. Организация, экономика и финансы	
выставочной деятельности.....	84
5.1. Экономика и финансы выставочного	
предпринимательства.....	84
5.2. Затраты и ценообразование при подготовке	
и проведении выставок.....	92
5.3. Налогообложение в выставочной деятельности	
и особенности бухгалтерского учета.....	100
5.4. Инвестиционный менеджмент и привлечение	
инвестиций в выставочное дело.....	105
Глава 6. Планирование и управление выставочной деятельностью.....	108
6.1. Методы планирования выставочных работ	
и выставочных программ.....	108
6.2. Современные системы управления ресурсами	
выставочной организации.....	114
6.3. Методы планирования организации обслуживания	
участников и посетителей выставок.....	115
6.4. Документационное обеспечение выставочной	
деятельности.....	124

6.5.Выставочный менеджер и характер требований к нему.....	131
Глава 7. Координация выставочной деятельности.....	135
7.1.Проблемы координации выставочной деятельности.....	135
7.2.Информационное обеспечение координации выставочной деятельности.....	140
7.3.Практика координации выставочной деятельности на федеральном уровне.....	143
7.4.Практика координации выставочной деятельности в регионе.....	145
Контрольные вопросы и задания.....	151
<b>ЧАСТЬ II. ТЕХНОЛОГИИ ПОДГОТОВКИ И ПРОВЕДЕНИЯ ВЫСТАВКИ.....</b>	<b>153</b>
Глава 8. Технология подготовки выставки.....	154
8.1.Выбор новой выставочной тематики, учреждение новой ярмарки.....	154
8.2.Увязка новой выставки с другими программами и принятие решения о ее проведении.....	161
8.3.Приказ о подготовке и проведении выставки. Создание оргкомитета, рабочих групп и дирекции выставки.....	166
8.4.Финансовый план и бюджет выставки. Разработка сметы затрат.....	173
8.5.Разработка концепции выставки.....	178
8.6.Рабочий план подготовки и проведения выставки. Основные этапы работ.....	180
8.7.Разработка форм заявок, условий участия и договоров с участниками выставок.....	184
8.8.Выбор помещения, реклама и комплектование выставки.....	186

8.9.Тематический план как основа для планировки и художественного проектирования выставки.....	190
8.10.Художественное проектирование и оформление выставки.....	193
8.11.Технорабочий проект, строительно-монтажные документы, организация строительно-монтажных и художественно-оформительских работ.....	201
8.12.Подготовка и издание официального каталога. Дополнительные пристендовые услуги участникам выставки.....	205
8.13.Приемка выставки. Пресс-конференция для средств массовой информации.....	208
Глава 9. Организация работы выставки и.ее закрытие	
9.1.Организация церемонии открытия выставки.....	213.
9.2.Режим работы выставки. Организация потоков посетителей.....	213
9.3.Взаимодействие дирекции выставки с экспонентами и персоналом стендов.....	215
9.4.Прием почетных гостей и экскурсий. Информационно-рекламные и культурные программы на выставке.....	219
9.5.Работа научно-технического, коммерческого и справочно-информационного центров.....	221
9.6.Деловые встречи дирекции, организация переговоров, изучение мнений о выставке.....	223
9.7.Организация смотров-конкурсов, награждение участников выставки и экспонатов.....	224
9.8.Закрытие выставки и послевыставочный период.....	226
Контрольные вопросы и задания.....	229

## ЧАСТЬ III. ТЕХНОЛОГИИ ОРГАНИЗАЦИИ УЧАСТИЯ

ПРЕДПРИЯТИЯ В ВЫСТАВКАХ И ЯРМАРКАХ.....	230
Глава 10. Технологии подготовки к участию в выставке.....	231
10.1. Выставки как инструмент маркетинга, рекламы и продвижения на рынке.....	231
10.2. Основные направления работ по организации участия в выставке.....	234
10.3. Выбор выставки и подготовка принятия решения об участии.....	237
10.4. Первоочередные шаги после принятия решения об участии в выставке.....	247
Глава 11. Организация работ на выставке.....	254
11.1. Планирование действий персонала на выставке.....	254
Глава 12. Организация работ в послевыставочный период.....	260
12.1. Мероприятия, намечаемые и реализуемые после выставки.....	260
12.2. Документационное обеспечение участия в выставке и особенности бухгалтерского учета и отчетности экспонента.....	261
12.3. Особенности правовых норм участия в российских выставках.....	270
12.4. Особенности организации коллективных экспозиций на выставках и ярмарках. Тематические и национальные разделы на международных и всемирных выставках.....	274
Глава 13. Рекламные технологии в выставочной Деятельности.....	291
13.1. Реклама на выставках и ярмарках.....	291
13.2. Сущность, цели и функции рекламы.....	297

13.3.Формы, виды и средства рекламы, принципы их использования.....	300
Глава 14. Реклама и связи с общественностью.....	304
14.1.Организация рекламной деятельности менеджера.....	304
14.2.Имидж фирмы и его формирование.....	308
14.3.Паблик рилейшнз (PR) как организация связей с общественностью.....	313
14.4.Личное творчество и практические навыки менеджера по рекламе.....	319
14.5.Работа менеджера предприятия с рекламными агентствами.....	332
Контрольные вопросы и задания.....	335
ЧАСТЬ IV. СТЕНДИСТ: ЗАДАЧИ, ФУНКЦИИ, ПЕРСОНАЛЬНОЕ МАСТЕРСТВО.....	336
Глава 15. Организационно-подготовительная и техническая работа стендиста по выставке.....	337
15.1.Требования к стендисту и формы его подготовки к работе на выставке.....	337
15.2.Подготовка и отправка экспонатов, выезд стендиста на выставку.....	340
15.3.Взаимодействие стендиста с дирекцией выставки.....	343
15.4.Участие стендиста в приемке выставочных грузов и оформлении экспозиции.....	346
15.5.Обслуживание посетителей выставки.....	349
15.6.Показ экспонатов и способы их демонстрации. Наглядные пособия к диалогу на стенде.....	356
15.7.Гигиена здоровья и профилактика утомляемости стендиста.....	363



15.8.Изучение достижений конкурентов на стендах выставки.....	365
15.9.Анализ работы и подготовка отчета стендиста.....	368
Глава 16. Коммерческая работа на стенде.....	370
16.1.Стендист—консультант, рекламист, продавец.....	370
16.2.Типы посетителей коммерческих выставок и стратегии работы с каждым из них.....	373
16.3.Как привлечь на стенд посетителя выставки.....	379
16.4.Учет продаж, контроль результатов и координация усилий.....	385
Глава 17. Устное мастерство стендиста.....	388
17.1.Разработка портфельного текста стендиста.....	388
17.2.Подготовка тезисов и конспекта выступления.....	390
17.3.Организация показа экспонатов.....	400
17.4.Как отвечать на вопросы посетителей.....	402
17.5.Особенности приемов рассказа на стенде.....	406
17.6.Культура и техника речи стендиста.....	410
Контрольные вопросы и задания.....	412
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	413
Приложение 1.....	413
Приложение 2.....	430
Приложение 3.....	433
Приложение 4.....	436
Приложение 5.....	437
Приложение 6.....	437
Библиографический список.....	440