

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/kursovaya-rabota/177055>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Выставочное дело

Содержание

Введение 3

1. Конгресс. Этапы проведения и подготовки конгрессов 4

1.1. Этапы проведения и подготовки конгрессов 5

2. Совещание и этапы проведения и подготовки совещаний 6

2.1. Этапы проведения и подготовки совещаний 8

2.2. Регламент совещаний 9

3. Выставка и этапы проведения и подготовки выставки 10

3.1. Этапы проведения и подготовки конгрессов 11

3.2. Рекламная кампания 13

3.3. Особенности работы на выставке 15

4. Презентация и этапы проведения и подготовки презентации 19

4.1. Задачи презентации 19

4.1. Планирование презентации 22

4.2. Структура презентационной речи 23

4.3. Место проведения презентации 25

4.4. Раздаточный материал для презентации 26

Выводы 27

Заключение 30

Список использованных источников 31

Введение

Основанные на достоверных данных отношения во всех областях жизни общества являются характеристикой 21 века. Успеха компании, политической или общественной структуры, не будет без проведения выставок, презентаций, конгрессов и пр., особая актуальность у грамотной организации подобных мероприятий.

Но не всегда такие мероприятия проходят на профессиональном уровне, потому что высококлассных сотрудников, которые могут их реализовать, не так уж много. Помимо этого, с каждым годом методы их реализации совершенствуются, создаются новые технологии, более креативная техника. Необходимо, чтобы данные мероприятия были правильно спланированы и продуманы, так как участники воспринимают их как визитную карточку компании.

Цель курсовой работы: выявить технологию проведения и организации конгрессов, совещаний, выставок, презентаций.

Задачи:

- Раскрыть понятия: «конгресс», «совещание», «выставка», «презентация»;
- Исследовать этапы проведения и подготовки конгрессов, совещаний, выставок, презентаций;
- Определить технологию проведения и организации конгрессов, совещаний, выставок, презентаций.

1. Конгресс. Этапы проведения и подготовки конгрессов

Один из ярких событий общественной жизни - это конгрессы, которые дают шанс обменяться опытом, привлечь к себе внимание общественности и объединиться в профессиональные ассоциации.

«Конгресс – название различных конференций, собраний, съездов, которые проводятся в широком составе (как правило международных).[6, с.11]

Конгрессы бывают: Отраслевыми; Внутрифирменными; Отраслевыми; Региональными; Межотраслевыми; Общенациональными; Региональными; Международными.

Они могут носить практический, научный или научно-практический характер. Современные методы реализации конгрессов подразумевают применение возможностей спутниковой связи, телевидения и Интернета.

Конгресс - это комплексное мероприятие, которое органически сочетает в себе такие способы реализации коммуникации, как: Посещение объектов; Церемония открытия; Предоставление и подготовка сотрудникам СМИ информационно-рекламных материалов; Проведение презентаций и выставок; Обмен мнениями; Проведение деловых встреч и т.д.

Правильное проведение и подготовка конгресса – это, обычно, тщательная и объемная работа. В компаниях, у которых есть собственные службы по связям с общественностью, этим занимаются соответствующие сотрудники. Конкретно на время работы конгресса может быть создан отдельный оргкомитет (координационный штаб) по его проведению, участниками которого будут сотрудники различных структурных подразделений компании.

Работа по проведению и подготовке конгресса начинается всегда задолго до его официального открытия и заканчивается чуть позже его окончания.

1.1. Этапы проведения и подготовки конгрессов

Первоначально при подготовке нужно решить некоторые вопросы:

- Выбор времени и места проведения конгресса, учитывая знаменательные даты в жизни общества в целом, конкретных категорий общественности, преддверие крупных событий, в том числе, учитывая начало или окончание конкретных периодов в работе компании;
- Подготовка информационно-рекламных материалов о будущем конгрессе, их распространение через общедоступные СМИ или по определенным каналам в зависимости от характера, целей и тематики предстоящего мероприятия;
- Заблаговременная рассылка и подготовка конкретных приглашений участникам конгресса, которые входят в число докладчиков (с указанием названия, времени и места проведения конгресса, его секционной и общей тематики, условий проживания, размещения, питания и иных типов обслуживания);
- Подготовка и отбор дополнительных сотрудников, резервных и основных, для обслуживания и сопровождения участников конгресса, кроме сотрудников, которые привлекаются из собственной службы по связям с общественностью;
- Техническое обеспечение проведения конгресса (оборудование и выбор конкретных помещений, организация работы средств связи, обеспечение транспортом, оргтехникой, охраной и т.д.);
- Разработка идентификационных нагрудных карточек и табличек для разных категорий участников конгресса (руководителей секций, членов президиума, членов оргкомитета, докладчиков, обслуживающего персонала и т.д.);
- Оформление помещений, изготовление табличек, указателей и иного для лучшей ориентации участников конгресса в помещениях и на территории проводящей ее организации;
- Разработка макета и будущее издание большим тиражом программы конгресса, с указанием конкретного места и времени проведения всех главных мероприятий, схемы расположения вспомогательных и главных объектов и помещений, которые задействованы в обслуживании приглашенных лиц, тематики докладов на специализированных секциях и докладов главных выступающих, контактных телефонов оргкомитета конгресса и иных требуемых сведений;
- Подготовка определенных материалов для предоставления сотрудникам СМИ, которые приглашены для освещения тезисов конгресса, краткие сведения о главных участниках конгресса, фотографии, пресс-релизы, краткие тезисы самые важные доклады и выступления;
- Издание и подготовка определенных сборников с материалами и тезисами докладов секционных и пленарных заседаний конгресса для их будущего распространения между конкретными участниками конгресса и иных заинтересованных лиц, для направления в библиотеки и пр.;
- Создание культурно-развлекательной программы для лиц, которые приглашены к участию в конгрессе, организация их неформального общения и досуга;
- Подготовка PR-мероприятий, которые дополняют работу конгресса и значительно увеличивают его эффективность, изначально – выставок, посещений объектов, торговых показов, деловых встреч и презентаций.

Участие в конгрессе – это вклад в развитие деловой и научной жизни, а для организаторов, спонсоров и участников – способ раскрыть свой потенциал и возможность показать себя.

2. Совещание и этапы проведения и подготовки совещаний

«Совещание – это вид регулярного мероприятия, который подразумевает свободную дискуссию и выработку определенных решений на базе учета различных мнений. Это один из самых ответственных видов управленческой работы, который воздействует на организацию деятельности всего коллектива». [1, с.37]
Во всех компаниях для решения некоторых вопросов, которые требуют коллегиального обсуждения, проводятся разного рода совещания. Они нужны для ускорения хода принятия решений и увеличения их обоснованности, для эффективного обмена опытом и мнениями, для более быстрого доведения определенных задач до исполнителя, в том числе для эмоционального влияния на участников и после – на весь коллектив.

Совещания можно разделить:

- По тематике обсуждаемых вопросов (финансовые, административные, по управлению персоналом и пр.);
- По периодичности их проведения (внеплановые, плановые);
- По решаемым задачам (оперативные, информационные, проблемные).

Информационные совещания осуществляются с целью передачи служебной информации. Их необходимо применять если нет времени для письменных распоряжений или при желании руководителя эмоционально влиять на сотрудников.

Цель оперативных совещаний - доведение информации о текущем состоянии дел руководством до участников, принятие оперативных решений и контроль их исполнения.

Проблемные совещания нацелены на поиск оптимальных решений, рассмотрение успешных вопросов развития, вынесение на обсуждение хозяйственных проблем, обсуждение инновационных проектов. Зачастую совещания осуществляются по нужде принятия коллективного решения на базе равного права каждого обосновывать и высказывать свое мнение, если решение вопроса касается интересов одновременно некоторых структурных подразделений компании, или для решения сложного вопроса нужно мнение разных групп.

Плохо подготовленные и недостаточно хорошо проведенные совещания, которые созываются по любому поводу и без, очень вредят, потому что занимают ценное время, отрывая людей от своей работы.

Список использованных источников

1. Гойхман О.Я. Проведение и организация мероприятий: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 131с.
2. Лойко О.Т., Дементьева С.В. Сервисная деятельность в гостиничном хозяйстве и туризме: Учебное пособие/Под ред. Герстенмайера И.Е. – Томск: Дельтаплан, 2016. – 223с.
3. Желязны Д. Бизнес-презентация: Руководство по проведению и подготовке /Пер. с англ. – М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2014. – 155с.
4. Джаладян Ю.А., Кусков А.С. Туристский бизнес: словарь-справочник. – М.: ФОРУМ, 2018. – 395с.
5. Пасмуров А.Я. Как эффективно провести и подготовить семинар, конференцию, выставку. – СПб.: Питер, 2016.
6. Полин Э. Организация конгрессов. – М.: Нипро, 2014.
7. Ротондо Дж. Презентация бизнес-проектов: Краткое руководство для менеджера/ Майк Ротондо, Дженнифер Ротондо; Пер. с англ. – М.: МПБ «Деловая культура»; Альпина Бизнес Букс, 2015. – 243с

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/177055>