

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/430206>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Выставочное дело

Введение 4

Глава 1 Теоретические аспекты организации и технологии проведения выставок 6

1.1 Природа и содержание выставок 6

1.2 Аспекты организации и технологии проведения выставок 11

Глава 2 Проект выставки социально – культурной направленности в г. Санкт-Петербург «Народные промыслы региона» 20

Заключение 35

Список литературы 37

Организация и технология проведения выставок играют важную роль в современном мире, способствуя развитию бизнеса, культуры и образования. Эффективное проведение выставок требует комплексного подхода и учета различных аспектов, от организационных и технических до маркетинговых и социальных. Далее, остановимся на каждом аспекте организации и технологии проведения выставок, более подробно. Организационные аспекты проведения выставок играют ключевую роль в успешном и эффективном реализации мероприятия. Подготовка и проведение выставок требует комплексного подхода, охватывающего различные этапы и аспекты организации, начиная от выбора концепции выставки и определения места проведения, и заканчивая обеспечением безопасности и комфорта для посетителей [5]. Первым этапом в организации выставки является выбор темы и концепции мероприятия. Это определяет основные цели и задачи выставки, а также ее целевую аудиторию. Концепция выставки может быть широкой и общей, либо узкой и специализированной, в зависимости от предполагаемого направления и специфики представляемых продуктов или услуг.

После определения концепции необходимо выбрать место и время проведения выставки. Выбор места проведения зависит от целей и задач мероприятия, а также от аудитории, которую планируется привлечь. Кроме того, необходимо учитывать доступность места, его транспортную доступность и инфраструктуру. Важным аспектом является также определение даты проведения выставки, которая должна быть оптимальной с точки зрения интересов участников и посетителей, а также конкурентной с другими мероприятиями.

Подготовка и оформление выставочного пространства также являются важными аспектами организации выставки. Это включает в себя разработку дизайна стендов, выбор материалов и декораций, а также создание атмосферы, соответствующей концепции мероприятия. Выставочное пространство должно быть удобным и функциональным, обеспечивающим комфорт и удобство для участников и посетителей [6]. Организация безопасности и контроля на выставке является важным аспектом, который требует особого внимания. Это включает в себя обеспечение пожарной безопасности, медицинской помощи, эвакуации в случае чрезвычайной ситуации, а также контроля за доступом и безопасностью посетителей и участников. Кроме того, необходимо предусмотреть меры безопасности для экспонатов и оборудования выставки. Маркетинговая подготовка и продвижение выставки также играют важную роль в ее успешном проведении. Это включает в себя разработку рекламной кампании, использование различных маркетинговых каналов для привлечения посетителей, а также создание привлекательного и информативного контента о мероприятии. Маркетинговая стратегия должна быть направлена на достижение целей и задач выставки, а также на привлечение целевой аудитории.

В заключение, организация выставки требует комплексного подхода и учета множества аспектов, начиная от выбора концепции и места проведения и заканчивая обеспечением безопасности и маркетинговой подготовкой. Эффективное проведение выставки способствует достижению поставленных целей и задач, а также способствует развитию бизнеса, культуры и образования [10].

Технические аспекты проведения выставок являются ключевыми элементами, определяющими успешность и эффективность мероприятия. Они охватывают широкий спектр деталей, начиная от выбора оборудования и технических решений для демонстрации продукции до обеспечения комфортных условий для участников

и посетителей. Рассмотрим подробнее основные технические аспекты, которые необходимо учитывать при организации выставок:

1. Оборудование для демонстрации продукции: Каждый выставочный стенд должен быть оборудован специальными системами для демонстрации продукции или услуг компании. Это может включать в себя дисплеи, мониторы, презентационные системы, аудио- и видеооборудование, оборудование для интерактивных демонстраций и многое другое. Выбор оборудования зависит от характера продукции или услуг, которые будут представлены на выставке, а также от предпочтений и бюджета участника.
2. Освещение: Освещение играет важную роль в создании атмосферы и привлечении внимания посетителей к выставочным стендам. Необходимо обеспечить равномерное и яркое освещение всего выставочного пространства, а также использовать специальные световые акценты для выделения ключевых элементов и продукции. Кроме того, важно учитывать энергосбережение и экологические аспекты при выборе осветительных систем [9, стр. 33 - 45].
3. Техническая поддержка: необходимо предусмотреть техническую поддержку мероприятия для обеспечения бесперебойной работы оборудования и решения возможных проблем. Это включает в себя наличие технических специалистов и инженеров на месте выставки, а также предварительную проверку оборудования перед началом мероприятия и обучение персонала участников в его использовании.
4. Интернет и связь: В современных выставках широко используется интернет и цифровые технологии для обеспечения связи и обмена информацией между участниками и посетителями. Необходимо предусмотреть стабильное и высокоскоростное интернет-подключение на месте проведения выставки, а также обеспечить доступ к беспроводным сетям Wi-Fi для участников и посетителей.
5. Технические решения для безопасности: Особое внимание следует уделить вопросам безопасности на выставке. Это включает в себя обеспечение пожарной безопасности, медицинской помощи, систем безопасности и контроля доступа, а также разработку плана эвакуации и обучение персонала участников в действиях в случае чрезвычайной ситуации.

Технические аспекты проведения выставок требуют комплексного подхода и внимательного планирования каждого этапа организации. Они играют важную роль в создании удобных и комфортных условий для участников и посетителей, а также способствуют успешной реализации целей и задач мероприятия [20]. Маркетинговые стратегии и продвижение выставок являются важным элементом успешной организации и проведения мероприятий данного типа. Они позволяют привлечь внимание целевой аудитории, увеличить число участников и посетителей, а также сделать выставку более заметной и успешной в конкурентной среде. Рассмотрим основные маркетинговые стратегии и методы продвижения, используемые при организации выставок:

1. Разработка целевой аудитории: Одним из первоочередных шагов в маркетинговой подготовке выставки является определение целевой аудитории. Это позволяет определить основные потребности и интересы посетителей, исходя из чего формируется концепция и контент мероприятия. Например, для выставки в области IT-технологий целевая аудитория будут представлять специалисты в сфере информационных технологий и IT-предприниматели.
2. Использование разнообразных маркетинговых каналов: для привлечения целевой аудитории необходимо использовать разнообразные маркетинговые каналы, включая социальные сети, электронную почту, рекламу в интернете и наружную рекламу. Каждый канал имеет свои особенности и возможности, и комбинация различных методов может обеспечить максимальное охват целевой аудитории.
3. Рекламная кампания и промоакции: Разработка рекламной кампании и проведение промоакций позволяют привлечь внимание к выставке и стимулировать посещение. Это может включать в себя рекламные ролики, пресс-релизы, интервью с организаторами и участниками, а также специальные предложения и акции для посетителей [11].
4. Партнерство и сотрудничество: Партнерство с другими компаниями, ассоциациями и организациями может способствовать расширению аудитории и увеличению числа участников и посетителей. Это может включать в себя совместные рекламные кампании, обмен ресурсами и информацией, а также совместные акции и мероприятия.
5. Организация дополнительных мероприятий и программ: для привлечения внимания и увеличения интереса к выставке можно организовать дополнительные мероприятия и программы, такие как семинары, мастер-классы, конференции и выступления приглашенных экспертов. Это помогает создать дополнительную ценность для посетителей и повысить их участие в мероприятии.

1. Александрова, Н. Выставочный менеджмент. / Н. Александрова, Е. Сорокина, И. Филоненко. – Москва: Промэкспо, 2023. – 262с.
2. Алексеев, С. П. Промышленные выставки России. История и современность / С. П. Алексеев, Ю. А. Никитин. – Санкт-Петербург: Ленэкспо, 2023.
3. Бердышев, С. Н. Организация выставочной деятельности: учеб. пособие / С. Н. Бердышев. – 2-е изд. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2021. – 228 с.
4. Балабанов, И. Г. Экономика туризма: Учебное пособие для вузов. / И. Г. Балабанов, А. И. Балабанов – Москва: Финансы и статистика, 2021.
5. Вольхина, М. Г. Научное проектирование экспозиции // Ежегодник ТОКМ за 2021. – Тюмень, 2021. – С. 63–70.
6. Выставки России: цифры и факты // Удача-Экспо. – 2021. - № 3. – с.27-29.
7. Голубин, Е. В. Дистрибуция. Формирование и оптимизация каналов сбыта. / Е. В. Голубин. – Москва: Вершина, 2023.
8. Гостиничный и туристический бизнес / под. ред. А. Д. Чудновского. – Москва: ЭКСМО, 2023. – 320с.
9. Григоренко, А. К. Международные и иностранные выставки в СССР / А. К. Григоренко. – Москва: ИПКИР, 2021.
10. Гуляев, В. Организация туристической деятельности. / В. Гуляев. – Москва: Нолидж, 2022. – 312 с.
11. Гусев, Э. Б. Выставочная деятельность в России и за рубежом. / Э. Б. Гусев, В. А. Прокудин, А. Г. Салащенко, – Москва: Дашков и К, 2021. – 516 с.
12. Гусев, Э. Б. Основы выставочной деятельности: учеб. пособие / Э. Б. Гусев, В. А. Прокудин, А. Г. Салащенко. – Москва: РЭА им. Плеханова, 2021.
13. Дурович, А. Маркетинг в туризме. Учеб. пособие. / А. Дурович. – Минск: Эконом-пресс, 2021. – 400 с.
14. Зверинцев, А.Б. Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга менеджера PR. / А.Б. Зверинцев. – Москва: Глоссарий, 2021.
15. Критсотакис, Я. Г. Торговые ярмарки и выставки. Техника участия и коммуникации. / Я. Г. Критсотакис. – Москва: Ось-89, 2021. – 130 с.
16. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / под ред. В. А. Алексунина. – Москва: Маркетинг, 2021. – 516 с.
17. Мезенин, В. К. Парад Всемирных выставок / В. К. Мезенин. – Москва: Знание, 1991. - 160 с.
18. Метелёва, Ю. А. Маркетинговые коммуникации. Правовое регулирование. / Ю. А. Метелёва. – Москва: Статут, 2023.
19. Метелева, Ю. А. Правовое регулирование выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации // Право и экономика, 2021, № 2.
20. Миллер, С. Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом. / С. Миллер. – Москва: Довгань, 2021. – 209 с.
21. Михайлова, Е. Роль выставки в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций // Материалы конференции «Маркетинг и бизнес-коммуникации». Москва, 2021.
22. Назаренко, Л. Ф. Выставка как инструмент маркетинга. / Л. Ф. Назаренко – Москва: Финпресс, 2021.
23. Ноздрева, Р. Б. Маркетинг: как побеждать на рынке. / Р. Б. Ноздрева, Л. И. Цыгичко. – Москва: Финансы и статистика, 2022. – 345с.
24. Петелин, В. Г. Менеджер предприятия по рекламе и выставкам. / В. Г. Петелин. – Москва: Ось-89, 2021. – 208 с.
25. Петелин, В. Г. Технология подготовки и проведения выставок: учеб. пособие / В. Г. Петелин. – Москва: ИПКИР, 2021.
26. Покровская, Е. А. Бизнес-коммуникации. / Е. А. Покровская, И. Б. Лобанов – Москва: Дашков и К, 2023. – 287 с.
27. Пасмуров, А. Я. Как эффективно подготовить и провести конференцию, семинар, выставку / А. Я. Пасмуров. – Санкт-Петербург: Питер, 2023. – 272 с.
28. Петелин, В. Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник для студентов вузов / В. Г. Петелин. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2022. – 447 с.
29. Роль выставок и ярмарок в продвижении товара. //Практический маркетинг, 2021 - №3
30. Рост рынка выставочной индустрии в России стабилизировался // Удача-Экспо. – 2021. - № 11. – с.35-36.
31. Стровский, Л. Е. Основы выставочно-ярмарочной деятельности: учеб. пособие для вузов / Л. Е. Стровский, Е. Д. Фролова, Д. Л. Стровский и др.; под ред. Л. Е. Стровского. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2022. – 288 с.

32. Саак, А. Э. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: Конспект лекций. / А. Э. Саак, Ю. А. Пшеничных. – Таганрог: ТРТУ, 2022. – 268 с.
33. Сапрунов, В. Туризм: Эволюция, структура, маркетинг. / В. Сапрунов – Москва: Ось-89, 2022. – 160 с.
34. Семенцова, Т. Современные технологии выставочного маркетинга // Вопросы экономики – 2021 – №3.
35. Трофимов, С. Н. Выставочная деятельность и ее регулирование / С. Н. Трофимов – Санкт-Петербург: Невский фонд, 2021. – 126 с.
36. Фирдман, С. Как показать товар лицом: выставки и презентации / С. Фирдман. – Москва: КОНСЭКО, 2021. – 190с.
37. Шарков, Ф. И. Интегрированные рекламные коммуникации / Ф. И. Шарков – Москва: РИП-Холдинг, 2021. – 272 с.
38. Шляхтина, Л. М. Основы музейного дела: учеб. пособие / Л. М. Шляхтина – Москва, 2022.
39. База данных Проекта выставки "Народные промыслы региона" в городе Санкт-Петербурге

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/kurovaya-rabota/430206>