

УДК [061.48:658](075.8)
ББК 65.49-2я73-1
П29

Главный редактор издательства
кандидат юридических наук,
доктор экономических наук *Н.Д. Эриашвили*

Петелин, Владимир Герасимович.
П29 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, 2015. — 447 с.

ISBN 5-238-00935-6

Агентство СІР РГБ

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».

ББК 65.49-2я73-1

ISBN 5-238-00935-6

© В.Г. Петелин, 2005

© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 2005

Воспроизведение всей книги или какой-либо ее части любыми средствами или в какой-либо форме, в том числе в Интернет-сети, запрещается без письменного разрешения издательства

Оглавление

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 гг.	20
1.4. От бюджетного выставочного дела к коммерческому. 1991—2005 гг.	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

ЧАСТЬ II. ТЕХНОЛОГИИ ПОДГОТОВКИ И ПРОВЕДЕНИЯ ВЫСТАВКИ	153
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	213
9.1. Организация церемонии открытия выставки	213
9.2. Режим работы выставки. Организация потоков посетителей	215
9.3. Взаимодействие дирекции выставки с экспонентами и персоналом стендов	217

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