МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования

«Южный федеральный университет»

Институт филологии, журналистики и межкультурной коммуникации

Кафедра речевой коммуникации и издательского дела

Андреева Любовь Сергеевна

ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РОСТОВЕ-НА-ДОНУ

КУРСОВАЯ РАБОТА
по направлению 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Научный руководитель –
к.ф.н., доц. Шевцова Оксана Николаевна

Ростов-на-Дону – 2019

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

[ВВЕДЕНИЕ 4](#_Toc514227347)

[ГЛАВА 1. Понятие и значение выставок 6](#_Toc514227348)

[1.1. Выставки: понятие, виды, особенности 6](#_Toc514227349)

[1.2. Цели участников выставки 8](#_Toc514227350)

 [ГЛАВА 2. Роль выставок в развитии экономики и культуры Ростова-на-Дону….. 8](#_Toc514227351)

[2.1.Экономические выставки 8](#_Toc514227352)

[2.2.Культурные выставки](#_Toc514227353)

[Список использованных источников и литературы](#_Toc514227354)

# Введение

Выставки – это эффективный способ демонстрации (впоследствии продажи) товаров и услуг. Чтобы достичь успеха, бизнесменам и учредителям необходимо знать технологию организации выставочной деятельности. **Актуальность** данного исследования обусловлена тем, что выставки являются необходимым инструментом маркетинга и она мало изучена в теории. Хорошо, но можно было чуть подробнее. Почему интересно именно в Ростове? Может, тут она еще не изучалась, или есть специфика.

**Теоретические основы исследования.** В своей работе мы опирались на труды… фамилии и сноски.

**Цель** работы – исследование аспектов выставочной деятельности почему убрали в Ростове-на-Дону.

В рамках этой цели потребовалось решение следующих **задач**: Я же уже выделяла жирным, почему убрали?

1. дать определение выставкам, их видам и особенностям

2.рассмотреть цели участников выставки

3. изучить роль выставок в развитии экономики и культуры Ростова-на-Дону

**Объект** исследования – выставочная деятельность.

**Предмет** исследования – совокупность мероприятий в сфере проведения выставки.

**Структура** курсовой работы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и литературы.

Во введении определяются актуальность выбранной темы, цель и задачи работы, объект и предмет исследования.

В первой главе рассматривается понятие, виды и особенности выставок, а также цели участников выставки.

Во второй главе определяется роль выставок в развитии экономики и культуры Ростова-на-Дону.

В заключении даются выводы по работе.

Список использованных источников и литературы состоит из трудов, использованных при написании работы.

# Глава 1. Понятие и значение выставок

**1.1. Выставки: понятие, виды, особенности**

«Выставки – единственное рекламное средство, воздействующее на все пять органов чувств – зрение, слух, обоняние, вкус и осязание»[[1]](#footnote-1).

А вот тут уже все выделения снимаем, и это не учебник, не нужно рубрикаций и т.д. Сделайте цельный текст.

Виды выставок:

 1) **для широкой публики.**

Выставки проводятся в специальных выставочных залах, базируются на общеинтересных темах, таких как пища, дом, «сделай сам», садоводство или отдых и путешествия. Наиболее популярна выставка «Идеальный дом», которая проводится уже более пятидесяти лет.

2) **торговые или деловые.**

Более специализированный тип павильонных выставок. Они меньше привлекают внимание публики. Участники подобных выставок – заинтересованные специалисты: посетители, приглашённые, или получившие билеты через торговые журналы, или допущенные на презентацию по своим деловым визиткам.

3) **многоцелевые.**

Некоторые выставки, проводящиеся в павильонах, такие как демонстрация автомобилей, могут распределять дни посещений между торговыми представителями и широкой публикой.

4) **частные.**

Как правило, имеют одного (иногда и нескольких), спонсоров с близкими, но не конкурирующими интересами. Устраиваются обычно в отелях, местных зданиях общественного назначения, библиотеках, центрах по продаже жилья или в помещениях компании.

5) **на открытом воздухе.**

Иногда прибегают к открытым выставкам, например, при демонстрации автомобилей, сельскохозяйственного оборудования ( на сельскохозяйственных выставках), дачного инвентаря и оборудования больших размеров. Выставочные стенды также можно размещать на шоу цветов, лошадей или на спортивных соревнованиях, то есть на мероприятиях, проходящих под открытым небом или «под тентами». В жарких странах выставки обычно проводятся в помещениях, в северном полушарии – на открытом воздухе.

6) **передвижные.**

Мобильные экспозиции могут транспортироваться с помощью передвижных домов на колёсах, специально созданных передвижных средств, двухэтажных автобусов, поездов, самолётов, кораблей. … Мобильные выставки – обычное явление для развивающихся стран, где они путешествуют от города к городу и от деревни к деревне.

7) **переносные.**

Это вид разборных выставок, которые могут перевозиться в машине или небольшом вагоне и располагаться в отелях, магазинах, в общественных зданиях и библиотеках. Такие выставки с участием торговых представителей могут сопровождаться демонстрациями, семинарами и слайдами или видеофильмами. В ряде случаев выставки, проводимые в общественных местах без экскурсий, могут остаться без внимания, например выставка книг в публичной библиотеке.

8) **выставки достижений.**

Выставки достижений (in – store) пользуются любовью иностранных спонсоров, которые организуют «недели» в различных городах, демонстрируя еду, вина, промышленные товары, керамику, изделия из стекла или туристические принадлежности. Экспонируются обычно достижения, но может быть организован и специальный развлекательный вечер для публики в театре или общественном месте, в программе которого участвуют певцы, танцоры и артисты. На некоторых выставках достижений, таких, как выставки швейных машин, могут быть организованы демонстрации моды. Так, Marks&Spencer на своём вечере достижений организовал показ моды.

9) **постоянные выставки.**

Некоторые большие организации могут иметь постоянные выставки внутри своих помещений или в специальных зданиях или парках. Особенно интересны выставки, демонстрирующие конструкторы лего, такие, как Леголэнд в Виндзоре и детский парк в Биллунде (Дания). Наибольшее количество посетителей привлекают выставки, сочетающие хорошую экспозицию и видеопоказы.

10) **конференции.**

Часто выставки проводятся в связи с ежегодными конференциями и получают поддержку от их организаторов. Участники конференций могут посещать выставки в перерывах и после заседаний. Некоторые такие выставки – совсем небольшие и могут размещаться в холлах или фойе гостиниц, другие могут быть столь же представительными, как и сама конференция.

11) **окна.**

Здесь мы имеем дело с особыми мобильными выставками. Для того чтобы сделать свои окна более привлекательными, коммерческие предприятия предоставляют их для экспозиции готовых выставок. Эта идея была взята на вооружение множеством строительных организаций[[2]](#footnote-2). Если вы не цитируете, то есть не ставите кавычки, то внизу страницы в начале сноски нужно писать См.:

Особенности выставок.

В отличие от других форм рекламы выставки могут осуществлять продажу клиентам непосредственно со стендов.

*Обобщение особых характеристик выставок:*

Главная ценность выставки в том, что она, как правило, привлекает внимание к своему предмету и притягивает посетителей, часто находящихся на больших расстояниях. Так, устроители выставки имеют возможность встретить людей, с которыми они в ином случае никогда бы не имели контактов. Реклама выставки и часто конкретных её участников распространяется далеко за пределами самой выставки и выполняет роль посредника как внутри страны, так и за границей.

Выставка требует много времени для её подготовки и создания стендов. Важно, чтобы стенды делались знающими людьми, способными ответить на вопросы посетителей выставки. Иногда необходимо привлечь специалистов-лингвистов. Для международных или зарубежных выставок рекламная литература должна быть на языке страны, проводящей выставку. [[3]](#footnote-3)

Для выставок характерна приятная, тёплая атмосфера, даже несмотря на то, что длительное пребывание «на ногах» может быть утомительным. Многие посетители получают удовольствие от экскурсии, которая служит для них таким же развлечением, как посещение цирка или театра. Было бы неплохо, если бы организаторы выставки позаботились о наличии приёмной комнаты, в которой можно было бы присесть[[4]](#footnote-4).

**1.2. Цели участников выставки**

На сегодняшний день основной задачей, стоящей перед любым предприятием в аспекте маркетинга, является максимальный учет интересов потребителей. Вследствие этого на выставках представляются новинки культуры, промышленности и сельского хозяйства, а также подписываются договоры, осуществляется торговля, проводится работа по формированию спроса.

От того, в какой конкретно экспозиции есть возможность или желание принять участие, зависят цели членов выставки.

Социолог А.Н. Толкачев выделяет следующие цели участников выставки:

* Формирование, поддержание или улучшение имиджа;
* Поиск новых партнеров и клиентов;
* Развитие отношений с уже существующими клиентами;
* Маркетинговая разведка ( сбор сведений о конкурентах);
* Повышение информированности потребителей;
* Решение проблем обслуживания клиентов;
* Демонстрация свойств и возможностей новых товаров;
* Заключение торговых, дилерских и дистрибьюторских сделок;
* Установление новых перспективных связей;
* Изучение конъюнктуры рынка[[5]](#footnote-5).

Академик педагогических и социальных наук Э.Б. Гусев подчеркивает коммуникативные цели:

— расширение личных контактов, в том числе с государственными и муниципальными службами, властями, представителями торговых миссий;

— поиск контактов с незнакомыми клиентами;

— знакомство с новыми группами покупателей;

— возрастание степени известности предприятия;

— привлечение внимания к марке фирмы за счет предоставления новых услуг и улучшения качества товара;

— увеличение воздействия рекламы предприятия на клиентуру и общественность;

— пополнение картотеки покупателей;

— налаживание работы с прессой;

— контакт с современными средствами рекламы и пропаганды;

— дискуссия с покупателями об их пожеланиях и требованиях;

— поддержание уже существующих деловых отношений (контактов);

— непосредственное наблюдение за конкурентами;

— сбор новой рыночной информации;

— реализация концепции корпоративного дизайна;

— повышение квалификации для исследовательской работы и сбыта путем обмена опытом;

— оценка интенсивности коммуникативной политики[[6]](#footnote-6).

Во-первых, кроме данных классификаций, нужен ваш связующий текст. Во-вторых, выводы в конце главы.

**Глава 2. Роль выставок в развитии экономики и культуры Ростова-на-Дону**

**2.1. Экономические выставки**

Скопировать – это и есть курсовая? Хоть научитесь делать это незаметно. Наверное, раз уж глава о Ростове, то и параграф должен быть об экономических выставках в Ростове. И почему понятие экономические выставки всплывает только во второй главе?

Выставочная деятельность используется как один из каналов продвижения товаров и услуг на рынках сбыта, следовательно, по своей сути является рекламной деятельностью. Участие в международных выставках свидетельствует в пользу качества продукции, тем самым повышается статус организации, представляющей данную продукцию.
По сравнению с другими видами рекламы выставочная деятельность имеет ряд преимуществ: стенды более наглядно позволяют показать весь ассортимент продукции, а потенциальные покупатели могут рассмотреть ее вблизи и получить более подробную информацию от представителя организации.

Таким образом, выставочная деятельность играет большую роль в правильном формировании мнения о фирме, ее товарах (работах, услугах).[[7]](#footnote-7)

Выставки – это площадка прямого диалога между властью и бизнесом, экспертами разных отраслей и научно-техническим сообществом, место, где ведутся дискуссии об общегосударственных задачах, а также о путях реализации национальных проектов. Рассмотрим положение нашего региона в этой сфере.

Правительство Ростовской области обозначило направления развития региона:

 «Одним из стратегических направлений развития Ростовской области является продвижение её конкурентных преимуществ и целенаправленного привлечения потенциальных инвесторов на основе использования передовых маркетинговых технологий. В области формирования и продвижения привлекательного экономического и инвестиционного потенциала Ростовской области, в том числе за ее пределами, используется механизм конгрессно-выставочной деятельности, привлечение региональных производителей к участию в специализированных выставках за рубежом, а соответственно, повышение привлекательности товаров регионального производства на внешних рынках. Конгрессная деятельность, включая сопровождающие ее деловой и событийный туризм, - динамично развивающаяся и высокорентабельная отрасль экономики. Важным аспектом выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности является ее социально-экономическая направленность, обеспечивающая повышение деловой активности в регионе и развитие региональной экономики».[[8]](#footnote-8)

 Проведем обзор самых крупных экономических выставок, проводившихся в Ростове-на-Дону в 2018 году:

1) «Интерагромаш. Агротехнологии» - агропромышленный форум юга России - проект, направленный на демонстрацию передовых разработок в отечественной и зарубежной сельхозотрасли

Сроки проведения**:** 28.02 – 2.03

Место проведения: КВЦ «ДонЭкспоцентр»

Посетители: 8000 специалистов АПК,  в том числе 45 организованных делегаций из нескольких регионов страны

Итоги: современные разработки представили около 200 экспонентов не только из России, но и из зарубежных стран; разработана стратегия социально-экономического развития на период до 2030 года .[[9]](#footnote-9)

2) «СТИМэкспо» - выставка строительных технологий и материалов

Сроки проведения: 14.03-17.03

Место проведения: КВЦ «ДонЭкспоцентр»

Посетители: 7969 человек, из них 7015 – специалисты

Итоги; в рамках выставки прошло более полусотни мероприятий — семинаров, мастер-классов, консультаций и круглых столов, крупнейшее из них — строительная конференция «Актуальные вопросы строительной отрасли Ростовской области».[[10]](#footnote-10)

3) «Ярмарка жилья» - специализированная выставка недвижимости

Сроки проведения: 7.09-9.09 Ой, ну прям же видно, что скопировали.

Место проведения: КВЦ «ДонЭкспоцентр»

Посетители: более 3000 человек

Итоги; за три дня выставки прошло 36 мероприятий, которые были разбиты на тематические секции: «Школа продаж недвижимости», «Школа покупателя недвижимости» и «Школа дизайна и ремонта». Каждая школа имела определенную целевую аудиторию. Наибольшую популярность среди «школ» пользовалась «Школа покупателя недвижимости». Здесь были освещены актуальные вопросы в сфере покупки недвижимости: как выбрать желаемый объект недвижимости, как выбрать надежного застройщика или агентство недвижимости, юридические аспекты сделки с недвижимостью, налогообложение при покупке и продаже недвижимости, кредитование и актуальные госпрограммы нашего региона. В рамках программы «Школа продаж недвижимости» были проведены ряд мастер-классов и семинаров, которые способствовали повышению профессионального уровня специалистов в области продажи недвижимости, а также данные мероприятия помогли создать в рамках выставки площадку для диалога между профессионалами рынка недвижимости.[[11]](#footnote-11)

4) «День Донского Поля» - выставка-демонстрация достижений агробизнеса

Сроки проведения**:**7.06-8.06

Место проведения: ФГБНУ «АНЦ «Донской»

Посетители: 3729 человек

Итоги; свои новинки продемонстрировали порядка 100 компаний: Ростсельмаш, «АгроУспех», «Агротех-Гарант», «Альтаир», «БеларусЮгСервис», «ГАЗ Лидер», «МТЗ-Ставрополь», «Техноком» и другие авторитетные представители сельхозмашиностроения. На полях показали преимущества сельскохозяйственных культур, были представлены 90 сортов 11 селекционных культур от ведущих научных центров: ФГБНУ «АНЦ «Донской», ФГБНУ «Федеральный Ростовский аграрный научный центр» (ДЗНИИСХ), ФГБНУ «Донская опытная станция ВНИИМК», а также продемонстрировали эффект применения средств защиты растений и удобрений.[[12]](#footnote-12)

Выставки предлагают участникам рынка платформу взаимодействия, внося вклад в развитие и возрождение рынков и их сегментов. Но они выполняют и дополнительные функции:

 - функции торговли — операции с товарами, услугами и информацией;

- функции маркетинга и прозрачности — институализация рынков;

- функции развития — поддержка коммерческого развития стран, регионов и городов.[[13]](#footnote-13)

1. Джефкинс Ф. Реклама: Учеб. Пособие для вузов / Пер. с англ. Под ред. Б.Л.Еремина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - С. 257 [↑](#footnote-ref-1)
2. Джефкинс Ф. Реклама: Учеб. Пособие для вузов / Пер. с англ. Под ред. Б.Л.Еремина.-М.: ЮНИТИ-ДАНА,2008.- С.258-262 [↑](#footnote-ref-2)
3. Там же, стр.262 [↑](#footnote-ref-3)
4. Джефкинс Ф. Реклама: Учеб. Пособие для вузов / Пер. с англ. Под ред. Б.Л.Еремина.-М.: ЮНИТИ-ДАНА,2008.- С.263 [↑](#footnote-ref-4)
5. Толкачев А.Н. Реклама в бизнесе и PR. M.:Эксмо,2009. –С.333 [↑](#footnote-ref-5)
6. Гусев Э.Б. Выставочная деятельность в России и за рубежом URL: <https://e-libra.ru/read/250270-vystavochnaya-deyatel-nost-v-rossii-i-za-rubezhom.html> (дата обращения: 7.03.2019) [↑](#footnote-ref-6)
7. Акилова Е. Выставочная деятельность // Аудит и налогообложение. - 2006. - N 12 URL:<https://www.lawmix.ru/bux/75811> (дата обращения: 7.03.2019) [↑](#footnote-ref-7)
8. Официальный портал Правительства Ростовской области URL: <http://www.donland.ru/Donland/Pages/View.aspx?pageid=124053&mid=128713&itemId=127452> (дата обращения:7.03.2019) [↑](#footnote-ref-8)
9. Информация с сайта <http://agrotehnodar.ru/news-one/145> (дата обращения: 7.03.2019) [↑](#footnote-ref-9)
10. Информация с сайта <https://proteh.org/articles/15052018-stimexpo-2018> (дата обращения: 18.03.2019) [↑](#footnote-ref-10)
11. Информация с сайта <https://yarmarka-zhilya.ru/ru/itogi-vystavki-2018-copy> (дата обращения:18.03.2019) [↑](#footnote-ref-11)
12. Информация с сайта <https://don-pole.ru/ru/novosti/selskokhoziaistvennaia-vystavka-demonstratsiia-den-donskogo-polia-sobrala-na-svoei-ploshchadke-3729-posetitelei> (дата обращения:18.03.2019) [↑](#footnote-ref-12)
13. Филоненко И.К. Выставочный менеджмент: стратегии управления и маркетинговые коммуникации URL: <https://marketing.wikireading.ru/18600> (дата обращения: 18.03.2019) [↑](#footnote-ref-13)