

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/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/131581>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Международный менеджмент

ВВЕДЕНИЕ 3

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ ЭКСПОЗИЦИИ КОНГРЕССА 5

1.1 Особенности организации конгресса 5

1.2 Основные этапы разработки экспозиции конгресса 8

2 ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ ЭКСПОЗИЦИИ КОНГРЕССА НА ПРИМЕРЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ФИНАНСОВОГО КОНГРЕССА 12

2.1 Общая характеристика Международного финансового конгресса 12

2.2 Основные этапы разработки экспозиции конгресса на примере Международного финансового конгресса 13

3 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ РАЗРАБОТКИ ЭКСПОЗИЦИИ КОНГРЕССА 17

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 23

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 25

ВВЕДЕНИЕ

Конгресс позволяет собрать людей, являющимися представителями определенной группы или сообщества, для обсуждения интересующих тем, а также для обмена опытом.

Работой по организации конгресса обычно занимается выделенный для этого человек или агентство, в его задачи входит профессиональная организация конгресса, которая должна соответствовать необходимым требованиям и целям планируемой конгресса.

Формат такого мероприятия, как конгресс, не является чем-то новым в нынешнем современном мире, подобные мероприятия проводились задолго до нашей эры. Раньше, участие в подобных мероприятиях могли принять только городская знать, философы и ученые. Сейчас же любой желающий может принять участие в конгрессе как зритель, а также как докладчик.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что международные конгрессы как комплексное явление изучаются специалистами из разных сфер науки, таких как маркетинг, менеджмент, управление человеческими ресурсами, юриспруденция, финансы, внешнеторговые отношения, государственное управление и другими. Поэтому изучение этапов разработки экспозиции конгресса является актуальным. Целью курсовой работы является анализ этапов разработки экспозиции конгресса на примере Международного финансового конгресса.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

изучить особенности организации конгресса;

- рассмотреть основные этапы разработки экспозиции конгресса;
- дать общую характеристику Международного финансового конгресса;
- рассмотреть основные этапы разработки экспозиции конгресса на примере Международного финансового конгресса;
- разработать рекомендации по совершенствованию разработки экспозиции конгресса.

При написании курсовой работы были использованы следующие методы исследования:

- анализ литературы;
- анализ нормативно-правовой документации по теме курсовой работы;
- изучение и обобщение отечественной и зарубежной практики;
- теоретический анализ и синтез;
- классификация.

Научная новизна курсовой работы состоит в теоретико-методологическом обосновании авторской концепции современных этапов разработки экспозиции конгресса, включая ее стратегическую составляющую, связанную с развитием мировых конгрессов.

Курсовая работа состоит из следующих структурных элементов:

- введение;
- три главы;
- четыре параграфа;
- заключение;
- список использованных источников.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ ЭКСПОЗИЦИИ КОНГРЕССА

1.1 Особенности организации конгресса

Конгресс – это собрание представителей отраслей или профессий, а также органов государственной власти с целью обмена информацией о достижениях или разработках для определения дальнейшего пути развития. Как правило, он проводится на межрегиональном или международном уровне.

В отличие от других мероприятий он не предполагает прямого сбыта продукции и заключения сделок. Однако способствует укреплению деловых отношений.

Для проведения конгрессов характерна постоянная смена площадок и организаторов. Хозяин следующей встречи определяется заранее, иногда за несколько лет. Поэтому необходимо готовиться к мероприятию сразу. Ведь чем больше времени в запасе, тем грамотнее будет исполнение.

После того, как тема конгресса определена и целевая аудитория известна, нужно подходить к процессу подготовки мероприятия. Данный процесс может занимать от нескольких месяцев до одного года, в зависимости от масштабности мероприятия и от сложности темы.

Например, если планируется организовать научную конференцию, то нужно понимать, что докладчикам необходимо будет подготовить обширный научный материал, а возможно даже провести какие-то научные исследования, о результатах проведения которых они будут сообщать на конгрессе.

Профессиональная организация конгресса требует от организатора опыта и отличного знания отрасли организации такого формата мероприятий, так как любая ошибка может испортить событие, а это многого стоит.

Ведь на таких событиях собирается много участников и разочаровывать такое количество людей лучше не стоит, так как очень быстро репутация может быть подорванной как организатора события, так и докладчиков.

На этапе рождения конгресса всегда встает вопрос – какой выбрать формат? Если тематика события предполагает обсуждение актуальных вопросов, презентацию достижений и дискуссии, то больше подходят конгресса и конгрессы с насыщенной деловой программой.

Если речь идет о наглядной демонстрации разработок и продуктов, проводятся экспозиции. Часто можно видеть, как эти два формата сосуществуют. Чем полезен такой симбиоз?

Самый очевидный плюс – это разнообразие деловой программы мероприятия. Формат конгресса с экспозицией и/или деловой гостиной автоматически выводит событие на более высокий уровень, расширяет возможности для общения и тем самым помогает привлечь большее количество участников.

Организация экспо-зоны при конгрессах помогает организаторам охватить дополнительные сегменты целевой аудитории. Так, например, в выставке могут принять участие действующие и потенциальные поставщики компаний-спикеров.

На любое мероприятие требуется немалый бюджет на покрытие организационных расходов: аренды площадки, кейтеринга, печати материалов.

Компенсировать эти расходы и вывести мероприятие «в плюс» помогут средства от продажи спонсорских пакетов и выставочных стендов.

Таким образом, креативное совмещение форматов поможет одновременно улучшить имиджевую и финансовую составляющие мероприятия.

Тем не менее, не стоит сразу делать вывод, что каждая конгресс должна сопровождаться выставкой.

Усложняя формат мероприятия, организатор автоматически берет на себя большую ответственность и большее количество задач.

Рассмотрим руководство для организаторов мероприятий, которое поможет решить, делать экспо-зону или нет:

1) Тематика прекрасно изучена и проанализирован «спонсорский потенциал» мероприятия, а также аудиторию потенциальных экспонентов и нашли подтверждение тому, что а) мероприятие может быть интересно экспонентам с точки зрения их продвижения на соответствующем рынке и б) отобранный пул

экспонентов принимает участие в подобных событиях, т.е. у них есть на это бюджет.

2) Продажа выставочных мест заблаговременно – по опыту «МАКО», работу следует начинать не позднее чем за 9 месяцев, а лучше за 1,5-2 года до старта мероприятия, чтобы подогреть интерес потенциальных экспонентов и дать им возможность согласовать бюджет на участие с руководством.

3) В команде есть специалист, имеющий опыт продажи выставок. Для этого специалиста сформированы прозрачные KPI, в соответствии с которыми он получит процент с каждой продажи, а значит, будет лично заинтересован в успехе выставки.

4) Прибыль заранее просчитана, и она положительная: Суммарный доход от продажи стендов – (Зарплата менеджеров по продажам на все время их работы + Услуги подрядчиков по застройке + Другие возможные сопутствующие расходы, например брендинг).

Бывает, что организатор согласен и на нулевую прибыль. В таком случае подумайте, насколько полезен вам будет этот опыт, планируете ли вы его использовать в дальнейшем?

При наличии всех вышеперечисленных обстоятельств возможно использование выставочной части в организации конгресса.

Рассмотрим форматы проведения экспозиций.

Два основных формата, которые чаще всего встречаются на конгрессах, – это собственно выставка с застройкой стендов и деловая гостиная.

Выставка больше подходит для промышленных, сельскохозяйственных или технологических отраслевых мероприятий, где экспоненты могут наглядно представить образцы своей продукции. Если же речь идет о сфере услуг, то

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Международный финансовый менеджмент: Учебное пособие / Под ред. Эриашвили Н.Д. - М.: Юнити, 2019. - 395 с.
2. Владимирова, И.Г. Международный менеджмент (для бакалавров) / И.Г. Владимирова. - М.: КноРус, 2018. - 288 с.
3. Владимирова, И.Г. Международный менеджмент: Учебник / И.Г. Владимирова. - М.: КноРус, 2017. - 448 с.
4. Данилина, М.В. Международный менеджмент / М.В. Данилина, К.Ю. Багратуни. - М.: Русайнс, 2019. - 224 с.
5. Денисенко, М.А. Международный менеджмент: Учебник для бакалавров / Е.П. Темнышова, М.А. Денисенко, А.К. Дубин; под ред. Е.П. Темнышова. - М.: Юрайт, 2016. - 456 с.
6. Егоров, В.И. Международный менеджмент / В.И. Егоров, Ю.В. Харитонов. - М.: КноРус, 2017. - 232 с.
7. Котелкин, С.В. Международный финансовый менеджмент: Учебное пособие / С.В. Котелкин. - М.: Магистр, НИЦ Инфра-М, 2018. - 605 с.
8. Котелкин, С.В. Международный финансовый менеджмент: Учебное пособие / С.В. Котелкин. - М.: Магистр, 2016. - 208 с.
9. Мамедов, А.О. Международный финансовый менеджмент в условиях глобального финансового рынка / А.О. Мамедов; под ред. В.А. Слепов. - М.: Магистр, 2017. - 300 с.
10. Мамедов, А.О. Международный финансовый менеджмент в условиях глобального финансового рынка / А.О. Мамедов. - М.: Магистр, 2019. - 288 с.
11. Сейфуллаева, М.Э. Международный менеджмент: Учебное пособие / М.Э. Сейфуллаева. - М.: КноРус, 2018. - 288 с.
12. Сейфуллаева, М.Э. Международный менеджмент: Учебное пособие / М.Э. Сейфуллаева. - М.: КноРус, 2017. - 232 с.
13. Сергеев, А.П. Международный менеджмент (для бакалавров) / А.П. Сергеев. - М.: КноРус, 2016. - 440 с.
14. Тепман, Л.Н. Международный финансовый менеджмент: Учебное пособие / Л.Н. Тепман, Н.Д. Эриашвили. - М.: Юнити, 2016. - 367 с.
15. Черкасова, Т.Н. Международный финансовый менеджмент: Учебное пособие / Т.Н. Черкасова. - М.: Проспект, 2016. - 80 с.
16. Шимко, П.Д. Международный финансовый менеджмент. / П.Д. Шимко. - М.: Высшая школа, 2017. - 431 с.
17. Шимко, П.Д. Международный финансовый менеджмент: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / П.Д. Шимко. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 493 с.

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/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/131581>