

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Б1.В.22 Торговые выставки и ярмарки

Объем трудоемкости: 3 зачетных единиц

Цель дисциплины: приобретение теоретических и практических знаний, умений и навыков в области планирования, организации и проведения торговых выставок и ярмарок в процессе использования комплекса маркетинговых коммуникаций и продвижения компании с помощью взаимодействия с организаторами, партнерами выставочно-ярмарочной деятельности и применения различных рекламно-информационных инструментов.

Задачи дисциплины:

- формирование знаний основных терминов и понятий в области выставочно-ярмарочной деятельности;
- обеспечение понимания концепции выставочно-ярмарочной деятельности, целей и задач организации и проведения торговых выставок и ярмарок;
- изучение классификации торговых выставок и ярмарок, характеристики выставочных комплексов;
- расширение знаний нормативно-правовой базы в области организации и проведения торговых выставок и ярмарок;
- освоение методов планирования и разработки выставочного бюджета;
- развитие навыков участия в выставочно-ярмарочной деятельности и организации работы персонала.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Торговые выставки и ярмарки» относится к Части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на четвертом курсе по очной и на четвертом курсе по очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Дисциплина «Торговые выставки и ярмарки» базируется на дисциплинах «Маркетинговые коммуникации», «Медиапланирование и Public Relations» и имеет логическую связь с дисциплинами «Маркетинг», «Мерчандайзинг», «Реклама и продвижение в Интернет». В свою очередь дисциплина «Торговые выставки и ярмарки» является базой для изучения дисциплины «Формирование и управление партнёрскими отношениями».

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
ПК-3 Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-3.15 Осуществляет базовые функции планирования и организации торговых выставок, салонов, ярмарок, координации работы персонала и взаимодействия с партнерами в сфере выставочной деятельности	Знает: Основные понятия, цели и задачи, характеристику выставочно-ярмарочной деятельности.
	Знает: Виды выставочно-ярмарочных мероприятий и нормативно-правовую базу, регулирующую организацию торговых выставок.
	Знает: Порядок организации работы персонала на выставке и выбора места проведения выставочно-ярмарочных мероприятий.
	Умеет: Планировать, организовывать торговые выставки и ярмарки и анализировать результаты участия компании в них.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
	Умеет: Обеспечивать рекламно-информационную поддержку компании при участии в торговых выставках и ярмарках.
	Умеет: Организовывать работу персонала на выставке и выбирать места проведения выставочно-ярмарочных мероприятий.
	Трудовое действие: Владеет навыками разработки концепции выставки.
	Трудовое действие: Владеет методами планирования и разработки выставочного бюджета и оценка эффективности выставочно-ярмарочных мероприятий.
	Трудовое действие: Владеет навыками организации персонала на выставке и выбора места проведения выставочно-ярмарочных мероприятий.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины (для **очной** формы обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Основные понятия, цели, задачи, классификация торговых выставок и ярмарок.	7	4	1		2
2.	Современные тенденции выставочно-ярмарочной деятельности.	5	2	1		2
3.	Торговые выставки и ярмарки как инструмент маркетинговых коммуникаций.	10	4	2		4
4.	Нормативно-правовое регулирование выставочно-ярмарочной деятельности.	8	4	2		2
5.	Методика подготовки и проведения торговых ярмарок и выставочных мероприятий.	12	4	2		6
6.	Организация онлайн-выставок.	10	4	2		4
7.	Организация и координация, мотивация работы персонала в проведении торговых выставок и ярмарок.	8	4	2		2
8.	Экономический анализ рисков выставочного участия.	8	4	2		2
9.	Планирование, разработка бюджета на проведение торговых выставок, ярмарок и анализ эффективности выставочных мероприятий.	10	4	2		4
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	78	34	16		28
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	3				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	26,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Курсовые работы: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор

Д.П. Кайфеджан, преподаватель кафедры маркетинга и торгового дела