

## АННОТАЦИЯ

### к рабочей программе дисциплины

## Б1.О.26 БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ В КОГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Направление подготовки 43.03.01 «Сервис»

Объем трудоемкости: 4 зачетные единицы.

**Целью** освоения дисциплины «Бизнес-планирование в конгрессно-выставочной деятельности» является формирование у студентов теоретических и практических знаний о бизнес-планировании в конгрессно-выставочной деятельности, получение студентами представления о содержании бизнес-планирования как научной дисциплины, овладение практикой бизнес-планирования.

#### **Задачи дисциплины:**

- формирование у студентов знаний и умений в области планирования конгрессно-выставочных услуг и мероприятий;
- получение бакалавром знаний об организации и оценке эффективности инвестиционной деятельности;
- получение бакалавром знаний о взаимодействии участников процесса бизнес-планирования;
- получение знаний и навыков в области бизнес-планирования.

#### **Место дисциплины в структуре ООП ВО.**

Дисциплина «Бизнес-планирование в туристской деятельности» относится к обязательной части формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 Дисциплины (модули) учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе по очной и заочной формам обучения. Вид промежуточной аттестации – экзамен.

Изучение дисциплины базируется на освоении следующих курсов: «Организация деятельности туристского предприятия», «Основы учета в конгрессно-выставочной деятельности», «Основы конгрессно-выставочной деятельности», «Технологии и организация МТСЕ-туризма», «Экспертиза и диагностика конгрессно-выставочных мероприятий».

#### **Требования к уровню освоения дисциплины.**

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующей компетенции:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине ( <i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i> )
<b>ОПК-5. Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности</b>	
<b>ИОПК-5.1</b> Рассчитывает, оценивает и анализирует основные производственно-экономические показатели сервисной деятельности.	Знает основные экономические термины, виды калькуляций и способы ценообразования
	Умеет производить экономические расчеты, составлять калькуляции издержек, цены, планировать и вести мониторинг цен
	Владеет навыками ценообразования и проведения экономических расчетов
<b>ИОПК-5.2</b> Экономически обосновывает необходимость и целесообразность принятия решений при осуществлении профессиональной деятельности	Знает взаимосвязь основных экономических показателей
	Умеет сопоставлять экономические показатели Владеет навыками принятия наиболее эффективного решения
<b>ПК 1 Способен осуществлять организационную деятельность по подготовке и осуществлению процесса перевозки груза в цепи поставок (в процессе организации конгрессно-выставочного мероприятия)</b>	
<b>ИПК 1.2</b> Организация работы с подрядчиками на рынке транспортных услуг (в процессе организации конгрессно-выставочного	Знает формы договоров, условия поставок и оплаты товаров и услуг Умеет осуществлять контроль и мониторинг ценовой политики подрядчиков при оказании транспортных услуг

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине ( <i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i> )
мероприятия)	Владеет навыками ведения переговоров и заключения договоров., принятия управленческих решений в случае срыва поставок или возникновения внештатных ситуаций
<b>ПК 2 Способен управлять проектом конгрессно-выставочной деятельности на всех этапах</b>	
ИПК 2.1 Проводит маркетинговый анализ, направленный на выявление возможностей эффективного развития проекта в конгрессно-выставочной деятельности	Знает основы маркетинга и алгоритм проведения анализа, методы работы с первичными и вторичными источниками маркетинговой информации Умеет проводить сравнительный анализ и маркетинг существующих предложений контрагентов, планировать и организовывать маркетинговые исследования и анализировать результаты, Владеет навыками проведения маркетингового анализа
ИПК-2.2 Разрабатывает концепции, бизнес-план организации проекта конгрессно-выставочного мероприятия	Создавать мультимедиа-презентации с помощью распространенных программных продуктов Проводить публичные выступления и презентации Осуществлять коммуникации с разными типами клиентов, определять запросы потенциального клиента, работать с возражениями Современные инструменты и способы подготовки электронных бизнес-презентаций
ИПК 2.4 Обеспечивает соответствие маркетингового плана концепции и бизнес-плану конгрессно-выставочного мероприятия	Знает структуру и содержание маркетингового плана в структуре бизнес-плана, основы маркетинговых коммуникаций, в частности - инструменты продвижения, реклама, связи с общественностью, спонсоринг, интернет-маркетинг Умеет составлять алгоритм маркетингового плана конгрессно-выставочного мероприятия, систематизировать и анализировать большой объем информации о реализации проекта торгово-промышленной выставки Владеет навыками обоснования маркетингового плана концепции и бизнес-плану конгрессно-выставочного мероприятия
<b>ПК-3 Способен к управлению процессом подготовки к участию и участия в конгрессно-выставочном мероприятии организации-экспонента</b>	
ИПК 3.1 Осуществляет разработку и согласование стратегии и программы участия организации-экспонента в конгрессно-выставочных мероприятиях	Знает современные инструменты и способы подготовки электронных бизнес-презентаций, тенденции развития отраслей экономики, имеющие отношение к организуемой торгово-промышленной выставке, и ключевые игроки этих отраслей, модели и методы ценообразования Умеет создавать мультимедиа-презентации с помощью распространенных программных продуктов, формировать детальный план проведения торгово-промышленной выставки и контролировать ход его выполнения, систематизировать и анализировать большой объем информации о реализации проекта торгово-промышленной выставки Владеет навыками проведения презентаций торгово-промышленной выставки для потенциальных участников с целью их привлечения к участию
ИПК-3.4 Осуществляет оценку эффективности участия в конгрессно-выставочных мероприятиях	Знает основы экономико-финансового анализа, финансового менеджмента, современные подходы к управлению проектами, календарное планирование и бюджетирование проектов Умеет систематизировать и анализировать первичную информацию о реализации проекта торгово-промышленной выставки, принимать управленческие решения в сфере развития проектов торгово-промышленных выставок, анализировать риски организации торгово-промышленной выставки Владеет навыками расчета коммерческих показателей эффективности проекта торгово-промышленной выставки, контроля выполнения плана реализации торгово-промышленной

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности))
	выставки

### Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№	Наименование тем и разделов	Всего	Аудиторная работа		Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	СРС
1	2	3	4	5	6
1	Введение в бизнес-планирование	16,5	1	0,5	15
2	Структура и виды бизнес-планов	16,5	1	0,5	15
3	Алгоритм работы над проектом	17	1	1	15
4	Анализ положения дел в отрасли гостеприимства, маркетинговый план	17	1	1	15
5	Производственный план	16,5	1	0,5	15
6	Организационный план	16,5	1	0,5	15
7	Финансовый план	17	1	1	15
8	Риски проекта. Показатели эффективности инвестиций	18	1	1	16
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	<b>135</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>121</b>
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	-			
	Промежуточная аттестация (ИКР)	<b>0,3</b>			
	Подготовка к текущему контролю	<b>8,7</b>			
	<b>Общая трудоемкость по дисциплине</b>	<b>144</b>			

**Курсовые работы:** не предусмотрены.

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** экзамен.

Автор РПД, канд. геогр. наук, доцент

 Д.В.Максимов