

## 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))                |
|--|---|
| <b>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</b> |   |
| 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