Аннотация рабочей программы дисциплины

 *Б1.В.ДВ.10.01«Организация выставочной и ярмарочной деятельности»*

Направление подготовки

*38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг в торговой деятельности*

Рабочая программа учебной дисциплины соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению *38.03.06 Торговое дело*

Дисциплина «Организация выставочной и ярмарочной деятельности» входит в вариативную часть, является дисциплиной по выбору ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело

Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин:

Б1.Б.10 Экономика организации;

Б1.Б.12 Маркетинг;

Б1.Б.14 Коммерческая деятельность;

Изучение дисциплины необходимо для дальнейшего изучения следующих дисциплин:

Б1.В.ДВ.04.01.02 Интегрированные маркетинговые коммуникации.

## Цель дисциплины

## Цель изучения курса «Организация выставочной и ярмарочной деятельности» состоит в подготовке бакалавра, обладающего умениями и знаниями в области организации выставочной и ярмарочной деятельности предприятий с целью дальнейшего формирования компетенций организации коммерческой деятельности, необходимых в профессиональной деятельности бакалавра по направлению «Торговое дело».

## Учебные задачи дисциплины

Основными задачами изучения курса в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, являются:

1. Изучение основных теоретических и практических подходов к организации ярмарок и выставок, как виду деятельности, направленной на удовлетворение потребностей потребителя посредством оказания информационных и посреднических услуг.

2. Изучение выставочной и ярмарочной деятельности как особого вида деятельности;

3. Изучение методов и особенностей организации различных этапов выставочной и ярмарочной деятельности;

4. Изучение методов оценки эффективности результатов организации выставочной и ярмарочной деятельности.

Для успешного освоения дисциплины «Организация выставочной и ярмарочной деятельности», студент должен:

Знать: основные экономические категории и способы их определения; современное законодательство, теоретические основы коммерческой и предпринимательской деятельности, методы ведения переговоров, заключения договоров и контроля их выполнения; методы организации и планирования материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров;

Уметь: участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы

Владеть: способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение; способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров; готовностью участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы.

 Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

**Общекультурных компетенций:**

**Общепрофессиональных**:

**Профессиональных:**

ОК-9 – владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;

ОПК – 4 - способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической);способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией;

ПК – 3 - готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;

ПК – 6 - способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение.

**Содержание разделов дисциплины**

**Раздел 1. Теоретические основы организации выставочной и ярмарочной деятельности.**

Предмет и задачи курса «Организация выставочной и ярмарочной деятельности». Основные понятия дисциплины. Структура учебной дисциплины. История вопроса. Выставки и ярмарки как форма деятельности. Классификация выставок и ярмарок. Отличительные черты этих видов деятельности. Выставки как инструмент маркетинговых коммуникаций.

*Формируемые компетенции: ПК-3, ПК-6.*

**Раздел 2. Организация и технология выставочной и ярмарочной деятельности**

Цели и задачи участия в выставке. Определение целесообразности участия в выставке. Содержание этапов организации выставочной и ярмарочной деятельности. Планирование работ. Подготовка к выставке. Особенности подготовки и проведения В2В и В2С – выставок. Организация работы на выставке. Организация коммерческой работы после выставки.

*Формируемые компетенции: ПК-3, ПК-6.*

**Раздел 3. Оценка эффективности организации и результатов выставочной и ярмарочной деятельности**

Методы оценки результатов выставочной деятельности. Оценка количественных и качественных критериев. Количественные результаты работы на выставке. Качественные результаты работы на выставке. Оценка работы персонала. Оценка стенда посетителями. Оценка стенда СМИ. Влияние выставочной и ярмарочной деятельности на сбыт продукции в будущем. Подготовка итогового отчета. Выводы и предложения.

*Формируемые компетенции: ПК-3, ПК-6.*

**Раздел 4. Правовое регулирование организации выставочной и ярмарочной деятельности**

Концепция развития выставочной деятельности РФ. Закон РФ «Об основах госрегулирования торговой деятельности в РФ» Нормативные документы по обслуживанию населения. Закон РФ «О защите прав потребителей». ГОСТ Р 50646-94 «Услуги населению. Термины и определения». ГОСТ Р 50691-94 «Модель обеспечения качеств услуг (аутентичный тест ИСО 9002-87)». Общероссийский классификатор услуг населению – ОКУН (ОК 002-93). Обязанности продавца услуг.

*Формируемые компетенции: ПК-3, ПК-6.*

Объем дисциплины 4 з.е./144 часов, контактные часы , в том числе аудиторных часов : 14 часов лекций, 28 часа практических и семинарских занятий, 2 часа электронное обучение.

Форма промежуточного контроля: 7 сем. – экзамен.

Семестр – 7.

Разработчик: к.м.н, доцент кафедры торгового дела и информационных технологий Э.Э. Бармина