

## **Б1.В.06 ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

### **Цель дисциплины**

Целью учебной дисциплины «Выставочная деятельность» является освоение теоретических основ организации выставочной деятельности, приобретение умений и практических навыков в области формирования у студентов системы знаний в сфере выставочной работы, понимания важности выставок и ярмарок как составной части маркетинга и инструмента развития предпринимательства, а также формирование компетенций, позволяющих принимать эффективные решения в профессиональной деятельности бакалавров по направлению Торговое дело профиль Коммерция при проведении выставочно-ярмарочных мероприятий в коммерческой (торговой) деятельности.

### **Задачи дисциплины:**

- познать основы экономических знаний, базовые экономические категории и законы в области выставочной деятельности;
- изучить историю развития выставок и основные направления выставочно-ярмарочной деятельности;
- овладение терминологией и понятийным аппаратом выставочного дела;
- научиться использовать эффективные инструменты торговли, коммуникации, информации в выставочной работе и организовывать внутригрупповое взаимодействие в области выставочной деятельности;
- овладеть методикой определения эффективности выставки (ярмарки) с позиций каждого из основных участников выставочного процесса;
- уметь различать выставки по сфере предпринимательства, различию потребительских интересов и личностных особенностей потребителей, размещению, частоте проведения, направлению работы, характеру предложений;
- изучить основные функции выставочного, экспозиционного, окружающего, внешнего пространства;
- научиться согласовывать собственную программу фирмы с программой организатора выставки и программами основных участников.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП ВО (основной профессиональной образовательной программы высшего образования)**

Дисциплина (Б1.В.06) «Выставочная деятельность» относится к вариативной части учебного плана программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело профиль Коммерция.

Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Коммерческая деятельность», «Маркетинг».

Для успешного освоения дисциплины «Выставочная деятельность» студент должен:

### **Знать:**

- задачи профессиональной деятельности; информационную и библиографическую культуру; информационно-коммуникационные технологии (ОПК-1);

- потребности покупателей товаров; конъюнктуру товарного рынка (ПК-3);

**Уметь:**

- решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры; с применением информационно-коммуникационных технологий и учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-1);

- выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров с помощью маркетинговых коммуникаций; изучать и прогнозировать спрос потребителей; анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (ПК-3).

**Владеть:**

- методами и приемами решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-1);

- методами изучения и прогнозирования спроса потребителей, анализа маркетинговой информации и конъюнктуры товарного рынка (ПК-3).

Изучение учебной дисциплины «Выставочная деятельность» является основой для успешного изучения дисциплины «Оценка конкурентоспособности товаров и услуг».

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

***ОК-3 - Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности***

В результате освоения компетенции **ОК - 3** студент должен:

**Знать:** основы экономических знаний, базовые экономические категории и законы в области выставочной деятельности.

**Уметь:**

использовать экономические знания в оценке эффективности результатов выставочной деятельности.

**Владеть:** способностью использовать основы экономических знаний в организации выставочной деятельности.

***ПК-3 – Готовность 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***

В результате освоения компетенции **ПК - 3** студент должен:

**Знать:**

- знать потребности покупателей товаров;
- конъюнктуру товарного рынка.

**Уметь:**

- выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров с помощью маркетинговых коммуникаций;
- изучать и прогнозировать спрос потребителей;
- анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.

**Владеть:** методами изучения и прогнозирования спроса потребителей, анализа маркетинговой информации и конъюнктуры товарного рынка.

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

В результате освоения компетенции **ПК - 6** студент должен:

**Знать:**

- виды договоров в профессиональной деятельности;
- формы заключения договоров.

**Уметь:**

- выбирать контрагентов по сделкам, проводить с ними деловые переговоры;
- разрабатывать проекты договоров и контролировать их выполнение.

**Владеть:** способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение

**Содержание разделов дисциплины**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)
1.	Тема 1. История возникновения, становления и развития выставок в мире и России
2.	Тема 2. Торговые выставки и ярмарки
3.	Тема 3. Классификация выставок и ярмарок
4.	Тема 4. Выставочное и экспозиционное пространство
5.	Тема 5. Программа выставочного участия и ее выполнение

**Форма контроля – зачет**