|  |
| --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ****УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** |
| **Организация выставочно-рекламной деятельности** |
| Уровень образования  | бакалавриат |
| Направление подготовки | 380307 | Товароведение |
| Направленность (профиль) | Управление закупками и качеством товаров |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года |
| Форма(-ы) обучения | очно-заочная |

* + - 1. Учебная дисциплина «Организация выставочно-рекламной деятельности» изучается в семестре 10.

## Форма промежуточной аттестации

* + - 1. зачет

## Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

* + - 1. Учебная дисциплина «Организация выставочно-рекламной деятельности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

## Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

## Целями изучения дисциплин Организация выставочно-рекламной деятельности являются:

изучение мировых тенденций в развитии выставочно-ярмарочной деятельности;

понимание экономической сущности и основных инструментов продвижения товаров на рынке;

определение эффективности использования технологий организации и рекламно-информационного сопровождения выставок;

освоение навыков свободного использования способов и приемов для прорабатывания концепции выставочного проекта и анализа его коммерческой состоятельности.

формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

## Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

| **Код и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора****достижения компетенции** | **Планируемые результаты обучения** **по *дисциплине*** |
| --- | --- | --- |
| ПК-1Способен анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству, тенденций спроса, моды, новых технологий производстваПК-5Способен организовывать закупку и поставку товаров, осуществлять связи с поставщиками и покупателями, контролировать выполнение договорных обязательств | ИД-ПК-1.1Проведение мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок: сбор данных о поставщиках потребительских товаров; сбор и анализ информации о ценах на товары, работы, услуги | * Применяет логико-методологический инструментарий для критической оценки выставочно-рекламной деятельности.
* Выстраивает современные процессы участия и организации в выставочно-рекламной деятельности с целью повышения эффективности работы организации.
* Анализирует важные критерии оценки выставочно-рекламной деятельности, сформировавшиеся в ходе развития организации; обосновывает актуальность использования ресурсов предприятия при профессиональном взаимодействии в рамках выставочно-рекламной деятельности.
* Критически и самостоятельно осуществляет анализ использования ресурсов предприятия на основе системного подхода, вырабатывает стратегию действий для принятия решения в области выставочно-рекламной деятельности
* Выявляет проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагает способы и варианты их решения и оценивает ожидаемые результаты
 |
| ИД-ПК-1.2Обобщение полученной информации, статистическая ее обработка и формулировка выводов с учетом тенденций спроса, моды, новых технологий производства |
| ИД-ПК-5.1Планирование и организация разработки проектов (контрактов, типовых условий, контрактов заказчика), контроль за их исполнением |

## Общая трудоёмкость учебной дисциплины (модуля) по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по очно-заочной форме обучения – | 3 | **з.е.** | 108 | **час.** |