|  |
| --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ*****УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ*** |
| ***Организация выставочно-рекламной деятельности*** |
| Уровень образования  | бакалавриат |
| Направление подготовки | 43.03.01 | *Сервис* |
| Направленность (профиль) | Технологии менеджмента в сервисе |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | *4 года* |
| Форма(-ы) обучения | очная, заочная |

* + - 1. Учебная дисциплина *«**Организация выставочно-рекламной деятельности»* изучается в четвертом *семестре.*
			2. *Курсовая работа/Курсовой проект* – предусмотрен(а)/не предусмотрен(а)

## 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-1. Способен осуществлять управление ресурсами департаментов (служб, отделов, команды, проектов) организации сферы обслуживания ПК-2. Способен к предоставлению услуг в условиях непосредственного взаимодействия с потребителями, партнерами, организациями* | *ИД-ПК-1.1 Использование методов анализа потребности департаментов (служб, отделов) предприятия в материальных ресурсах и персонале* | * *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-2.5 Использование принципов и методов формирования и совершенствования системы клиентских отношений с учетом требований потребителя* |

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

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