

«ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»

Б1.В.ДВ.7.2

Дисциплина «Выставочная деятельность» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», программа подготовки «Туроператорские и турагентские услуги», квалификации бакалавр, входит в вариативную часть блока 1.

1. Цели и задачи дисциплины

Основной целью изучения дисциплины «Выставочная деятельность» является создание системы теоретических знаний у студентов в сфере выставочной работы и понимания важности выставок и ярмарок как естественной составной части маркетинга и инструмента развития предпринимательства.

Основные задачи дисциплины:

- освоить термины, понятия, определения; изучить темы дисциплины; составить конспект по лекциям, семинарам, практикуму, самостоятельной работе; дать ответы на контрольные вопросы;
- рассмотреть предоставляемые выставкой (ярмаркой) услуги как объект рыночного позиционирования с определенными характеристиками;
- исследовать принципы выбора фирмой выставки для своего участия и критерии правильной работы на различных этапах ее выставочного участия;
- рассмотреть методы выставочной работы: по продвижению продуктов фирмы к потребителю, по совершенствованию её предпринимательства;
- изучить действие в выставочных условиях связей с общественностью (Public Relations - PR) и информационно-рекламных технологий;
- изучить принципы и позиции классификации выставок;
- исследовать принципы и методы взаимодействия участников выставочного процесса; выявить условия, определяющие успех выставки для её организатора, фирмы-экспонента, посетителя выставки;
- выявить роль психологических методов в работе стендистов;
- рассмотреть значение программы в выставочной работе фирмы;
- рассмотреть основы организации, планировки и оборудования пространства: выставочного, экспозиционного, окружающего, внешнего;
- рассмотреть основы выставочно-экспозиционного дизайна; принципы экспозиции, обеспечивающей продвижение выставочных предложений фирмы к потенциальным потребителям;
- рассмотреть роль административно-организационной, инженерно-технической и вспомогательной функций организатора выставки в успешном проведении выставочной работы;
- рассмотреть значение выставок для совершенствования методов и технологий выставочной работы; развития предпринимательства; хозяйственного, внешнеэкономического и культурного развития страны;
- показать практическую необходимость знания родного языка (письменного и устного) как органически важной составной части выставочной деятельности и туристско-экскурсионного предпринимательства;

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Выставочная деятельность» относится к вариативной части учебного плана и является дисциплиной по выбору.

Дисциплина «Выставочная деятельность», базирующаяся на знаниях, полученных учащимися при освоении предыдущих и смежных курсов по профилю подготовки, дает студенту системное представление о комплексе изучаемых дисциплин в соответствии с Государственным образовательным стандартом, что обеспечивает соответствующий теоретический уровень и практическую направленность в системе обучения и будущей деятельности выпускника.

Дисциплина «Выставочная деятельность» связана с предшествующими дисциплинами «Организация туристской деятельности», «Экономика и предпринимательство в туристской индустрии».

Дисциплина «Выставочная деятельность» связана с последующими дисциплинами «Внутренний и въездной туризм», «Связи с общественностью в гостиничном деле и туризме».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Выставочная деятельность» соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы по направлению 43.03.02 «Туризм».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующей компетенции в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки:

- **ПК-11** - способность к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- историю становления и развития выставочного дела, основные термины и их определения, объем и характеристики услуг, предлагаемых организаторами выставок и ярмарок;
- классификацию выставок; особенности различных музейных выставок, информационных и торговых выставок, ярмарок;
- документы, регламентирующие выставочно-ярмарочную деятельность;
- основные методы выставочной работы, возможности, реализуемые фирмой в выставочных условиях для продвижения её предложений, а также формирования и укрепления имиджа;
- принципы и методы взаимодействия с участниками выставок;
- основы психологии общения стендиста с посетителем;
- условия, определяющие успех выставки для её организатора, участвующей в ней фирмы и посетителя;
- принципы организации, планировки и оборудования пространства – выставочного, экспозиционного, окружающего и внешнего;
- основы выставочного и экспозиционного дизайна и его соответствия направлению работы фирмы и экспонируемым туристским продуктам;

- роль административно-организационного, инженерно-технического и вспомогательного персонала выставки;
- значение выставок для промышленного, внешнеэкономического и культурного развития страны, совершенствования экспозиционных технологий, развития методов выставочной работы и предпринимательства; роль выставок и ярмарок в системе маркетинга;
- воздействие экспозиционных средств и методов работы стендиста на посетителя экспозиции;
- практическую необходимость правильного владения родным языком (письменным и устным) и его роль в туристско-экскурсионном предпринимательстве и профессиональной выставочной деятельности.

Уметь:

- проектировать выставочную экспозицию в соответствии с тематической направленностью экспонируемых туристских продуктов, а также тематической направленностью самой выставки;
- уметь выбрать выставку для фирмы определенной сферы деятельности и разработать программу ее выставочного участия;
- работать в качестве стендиста на выставочной экспозиции фирмы;
- провести исследование по комплексу характеристик экспозиции и методов экспозиционно-выставочной работы фирмы;
- анализировать творческие и технические выставочные инновации в деятельности конкурентов;
- составить отчет по результатам самостоятельной работы.

Владеть:

- методами выбора выставки или ярмарки – для наиболее эффективного продвижения определённых продуктов участвующим в ней конкретным туристским предприятием;
- методами комплексной деятельности по разработке программы и практической организации выставочного участия туристской фирмы;
- методами проектирования, практического осуществления и эффективного использования выставочной экспозиции в интересах успешного рыночного продвижения туристских продуктов;
- методами профессиональной психологии – для эффективного взаимодействия с потенциальными потребителями турпродуктов, посещающими выставочные экспозиции;
- технологией представления турпродуктов на выставочной экспозиции и взаимодействия стендистов с посетителями экспозиции;
- методами сбора, обработки и анализа информации, получаемой на выставке или ярмарке – в интересах укрепления имиджа туристского предприятия, успешного развития его предпринимательства и получения предприятием конкурентного преимущества;
- методами составления отчёта по результатам исследования выставочных экспозиций участников выставки.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.