

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Методы организации рекламно-выставочной деятельности

Наименование ОПОП ВО

43.03.01 Сервис. Digital-коммуникации в сервисе

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Методы организации рекламно-выставочной деятельности» является изучение существующих и перспективных форм и методов рекламно-выставочной деятельности в области индустрии моды и красоты.

Задачи освоения дисциплины сформулированы в соответствии с требованиями к формированию профессиональных компетенций бакалавров сервиса, изложенными в ФГОС ВО:

- изучить специфику организационно-управленческой и рекламно-выставочной деятельности;
- овладеть терминологией и понятийным аппаратом выставочных услуг и рекламно-выставочного дела;
- изучить существующие и перспективные формы и методы организации отечественных и зарубежных выставок;
- изучить схемы рекламной коммуникации и организацию работы со СМИ;
- освоить особенности проектирования рекламных и выставочных объектов;
- изучить условия подготовки и проведения выставок;
- овладеть рекламными и PR-технологиями при подготовке экспозиций и проведении выставок объектов.
- овладеть навыками оценки результатов своей деятельности

Результаты освоения дисциплины (модуля)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
			Код результата	Формулировка результата
43.03.01 «Сервис» (Б-СС)				

Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

- 1) Цели и задачи курса. Понятие, сущность и история рекламно-выставочной

деятельности.

2) Рекламно-выставочная деятельность как инструмент маркетинга предприятия сервиса.

3) Анализ состояния рынка и целевой аудитории рекламно-выставочных услуг в области сервиса.

4) Разработка рекламно-выставочной стратегии предприятия сервиса

5) Управление рекламно-выставочным проектом

6) Проектирование рекламно-выставочного мероприятия.

7) Оценка эффективности рекламно-выставочной деятельности.

Трудоёмкость дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Трудоёмкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- ёмкость	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттес- тации	
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
43.03.01 Сервис	ОФО	Б1.В	7	5	81	40	40	0	1	0	99	Э

Составители(ль)

*Фалько Л.Ю., кандидат технических наук, доцент, Кафедра дизайна и технологий,
Ludmila.Falko@vvsu.ru*