

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор Навчально-наукового інституту міжнародних відносин ім. Б.Д. Гаврилишина
Ірина ІВАЦУК

« _____ » _____ 2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор навчально-наукового інституту новітніх освітніх технологій

Святослав ПИТЕЛЬ

« _____ » _____ 2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

В. о. проректора з науково-педагогічної роботи
Віктор ОСТРОВЕРХОВ

« _____ » _____ 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА

з дисципліни «Організація виставкової діяльності»

Ступінь вищої освіти – бакалавр
галузь знань - 24 “Сфера обслуговування”
спеціальність – 242 “Туризм”
Освітньо-професійна програма «Туризм»

Кафедра міжнародного туризму і готельного бізнесу

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практ. (семін.) (год.)	ІРС (год.)	Тренінг, КПЗ (год.)	Самост. робота студ. (год.)	Разом (год.)	Залік (сем.)	Екз. (сем.)
Денна	2	4	28	14	3	3	105	150	4	-
Заочна	2	5,6	8	4	-	-	138	150	5,6	-

**Тернопіль – ЗУНУ
2023**

Робоча програма складена на основі освітньо-професійної програми підготовки здобувачів вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні за спеціальністю 242 Туризм і рекреація галузі знань 24 Сфера обслуговування, затвердженої Вченою Радою ЗУНУ (протокол № 9 від 15.06.2023 р.).

Робочу програму склав:

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу Юлія НОВАК

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу, протокол № 1 від 29.08.2023 р.

Завідувач кафедри
к. е. наук, доцент



Оксана ГУГУЛ

Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності 242 Туризм, протокол № 1 від 30.08.2022 р.

Голова групи забезпечення спеціальності
к. е. наук, доцент



Володимир МАЗУР

**СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Організація виставкової діяльності»**

1. Опис дисципліни «Організація виставкової діяльності»

Дисципліна “Організація виставкової діяльності”	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів – ECTS 5	галузь знань 24 Сфера обслуговування	Вибіркова дисципліна, мова навчання: українська
Кількість залікових модулів - 3	Спеціальність 242 Туризм	Рік підготовки: - 2 Семестр: – 3
Кількість змістових модулів - 2	Освітньо-професійна програма - бакалавр	Лекції: Денна – 28 год. Заочна – 8 год. Практичні заняття: Денна – 14 год. Заочна – 4 год.
Загальна кількість годин –150 год.		Індивідуальна робота: Денна – 3 Тренінг, КПЗ: Денна – 6 год. Самостійна робота: Денна – 99 год. Заочна – 138 год.
Тижневих годин – 4, з них аудиторних – 3		Вид підсумкового контролю семестр 3 - залік

2. Мета й завдання вивчення дисципліни «Організація виставкової діяльності»

2.1. Мета вивчення дисципліни

Метою вивчення дисципліни є формування у майбутніх фахівців теоретичних знань, практичних умінь та головних фахових компетентностей, що забезпечують ефективну організацію участі підприємств туристичної справи у виставково-ярмаркових заходах.

2.2. Завдання вивчення дисципліни

Метою викладання дисципліни є надання цілісного уявлення про діяльність виставкової індустрії в Україні та світі; документарне забезпечення виставкової діяльності; набуття навичок управління виставковим бізнесом, укладанням та оформленням усіх відповідних документів.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок в сфері виставкової справи;
- оволодіння практичними вміннями та навичками організації виставкових проектів;
- визначення процесу оформлення виставкових стендів;
- знайомство з сучасними вимогами до діяльності менеджера виставкової діяльності, фахівця-стендиста, дизайнера-виставок тощо;
- вивчити правила укладання комерційних угод із суб'єктами виставкової діяльності;
- розвиток самостійного сприйняття процесів українського виставкового процесу. У результаті вивчення цієї дисципліни студент повинен:

Знати:

- сучасні тенденції розвитку в сфері виставкової діяльності;
- специфічні риси підготовки та проведення виставок в Україні;

- вимоги до оформлення виставкових площ та стендів ;
- основні принципи діяльності менеджера виставкової діяльності, фахівця-стендиста, дизайнера-виставок;
- основи діяльності зі створення комерційно успішного виставкового проекту;
- класифікацію виставок за тематикою, статусом, джерелами фінансування;
- особливості складання комерційних угод виставкової діяльності.
- **Вміти:**
- орієнтуватися у функціонуванні сучасних виставкових майданчиків;
- орієнтуватися у спеціальній літературі, присвяченій особливостям організації виставкового проекту;
- логічно репрезентувати освоєний матеріал з виставкової діяльності;
- орієнтуватися у етапах створення виставкового проекту;
- оцінювати відповідність виставок їх тематиці;
- організовувати виставки.

3. Зміст дисципліни «Організація виставкової діяльності»

Змістовий модуль I. Виставкова та ярмаркова діяльність: основні поняття.

Тема 1. Теоретичні основи виставково-ярмаркової діяльності

Сутність виставкової та ярмаркової діяльності та її значення. Функції виставкової діяльності: інформаційна, комунікаційна, комерційна, міжнародна, навчальна, маркетингова, макроекономічна та соціальна. Індустрія МІСЕ, складові елементи. Ефекти виставково-ярмаркової діяльності: прямий (первинний, вторинний) та непрямий (мультиплікативний). Еволюція розвитку виставково-ярмаркової діяльності, основні етапи.

Тема 2. Термінологічний інструментарій виставкової та ярмаркової діяльності

Виставково-ярмаркова діяльність. Суб'єкти виставкової діяльності, їх характеристика: виставковий центр, організатор виставок та ярмарків, розпорядник виставок та ярмарків, упорядник виставок та ярмарків, агент, учасник виставок та ярмарків. Взаємозв'язок основних суб'єктів виставкового бізнесу в процесі організації виставкових заходів. Класифікація підприємств – організаторів виставок з точки зору забезпеченості виставковими площами. Класифікація учасників виставкових заходів: за країною походження (національний, іноземний учасник), за формою участі у виставці (очний, заочний учасник), за значущістю у разі колективної участі (прямий, співучасник, непрямий учасник). Відвідувач виставкових заходів, його характеристика та класифікація. Об'єкти виставкової діяльності, їх характеристика (специфічна послуга, виставковий продукт). Вид, склад та цільові групи споживачів виставкового продукту. Характерний виставковий продукт. Супутній виставковий продукт. Додатковий виставковий продукт. Виставковий захід. Розмежування понять «виставка» та «ярмарка». Класифікація виставкових заходів за: територіальною ознакою, джерелом фінансування, географічним складом учасників, цільовою аудиторією, періодичністю проведення, тривалістю функціонування, галузевою ознакою, формою проведення. Класифікація виставок UFI. Всесвітні виставки «ЕХРО».

Тема 3. Організаційно-правові засади регулювання виставкової діяльності

Нормативно-правові основи виставково-ярмаркової діяльності. Концепція розвитку виставково-ярмаркової діяльності. Статут громадської організації "Виставкова федерація України". Кодекс чесного бізнесу. Загальні умови участі у виставках. Цивільний, Господарський, Податковий, Бюджетний кодекси України. Закон України "Про рекламу". Закон України "Про державний

ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції”. Зарубіжний нормативно-правовий досвід.

Тема 4. Основи організації виставкового процесу

Загальні аспекти організації участі підприємства у виставках (ярмарках). Організаційно-економічний механізм управління підприємствами у сфері виставкової діяльності. Організаційна структура управління підприємствами виставкової діяльності. Управління процесом формування та реалізації виставкового продукту. Управління якістю виставкових послуг. Управління фінансово-економічними показниками діяльності виставкових підприємств. Ціноутворення в підприємствах виставкової діяльності. Оподаткування підприємств виставкової діяльності. Управління ризиками підприємств виставкової діяльності. Використання інформаційних та маркетингових технологій підприємствами виставкової діяльності.

Тема 5. Підготовка до участі та проведення виставково-ярмаркових заходів

Планування участі у виставково-ярмарковому заході. Основа ефективності виставкового проєкту. Вибір цілей виставки: першочергові, комунікативні, ціноутворюючі, розподілу. Критерії вибору виставки/ярмарку. Підготовка до виставки. Особливості проведення виставкових дій. Методи організації нових потоків відвідувачів виставки. Форма аналізу відвідувачів виставкового стенду. Оцінка ефективності виставково-ярмаркових проєктів.

Змістовий модуль 2. Особливості здійснення виставкової та ярмаркової діяльності

Тема 6. Обладнання у виставково-ярмарковій індустрії

Створення конструкції стенду. Підходи до створення виставкового стенду, їхні переваги та недоліки. Види стендів. Підбір виставкового обладнання. Елементів виставкового обладнання. Види та організаційна побудова стендів. Оформлення стенду. Рекламно-дизайнерські прийоми. Eye-

stopper. Зміст та особливості виставкових стендів. План виставки. Колір у виставковій рекламній діяльності.

Тема 7. Формування проектної команди в процесі реалізації виставково-ярмаркового заходу

Основні аспекти поняття "команда". Ознаки команди. Етапи створення команди: підготовка, створення робочих умов, формування і побудова команди, співпраці в роботі. Розвиток команди та її еволюція. Види груп, сформованих в команди. Етапи утворення команди. Психологічні чинники командоутворення. Умови формування міцної команди. Розподіл функціональних і командних ролей. Командні ролі по Р. Бербіну. Склад команди проекту в процесі реалізації виставково-ярмаркового заходу. Завдання організації роботи над проектом виставкової діяльності. Елементи системи управління командою проекту. Основні характеристики команди проекту. Підходи до формування проектної команди.

Тема 8. Особливості роботи персоналу у виставково-ярмарковій діяльності

Підбір персоналу для участі у виставці. Професійні та особисті якості співробітників виставкових заходів. Перелік персоналу виставкового стенду, їхні обов'язки. Керівник стенду та його професійні якості. Інструкції персоналу. Правила відбору і підготовки стендистів. Вимоги до стендиста. Обслуговування відвідувачів виставки.

Тема 9. Основи комунікації на виставкових заходах

Вивчення потенційних відвідувачів виставки (ярмарку). типи відвідувачів виставково-ярмаркового заходу: раціоналісти, консерватори, новатори, тощо. Класифікація відвідувачів ярмарків і виставок. Технологія відвідування виставкового заходу. Фактори впливу на рішення відвідувача щодо вибору як виставки/ярмарку. Порядок спілкування з відвідувачами на виставках (ярмарках). Правила спілкування для забезпечення необхідного рівня комунікації.

Спілкування на виставках (ярмарках) із засобами масової інформації. Формами спілкування: прес-конференції; інтерв'ю; прес-релізи; досьє для преси; досьє для прес-центру ярмарку-виставки та особливості їх організації.

Тема 10. Інтернет-технології у виставковій та ярмарковій діяльності Напрямки використання інтернет-технологій у діяльності готельно-ресторанного суб'єкта господарювання: підтримання ділових контактів, пошук інформації (вивчення ринку), купівля та продаж (електронна комерція), рекламування товарів та продукції. Групування сайтів виставкової діяльності. Реальні та віртуальні виставки, їх характеристика. Віртуальний стенд, його основні елементи. Спектр можливостей віртуальної виставки для основних суб'єктів виставкової діяльності. Переваги віртуальних виставок на реальними. Види віртуальних виставок, їх класифікація за: географічним складом учасників, торговельно-галузевою ознакою, приналежністю до реальної виставки, відкритістю доступу до відвідувачів, формою представлення. Етапи управління виробництвом та реалізацією віртуального виставкового продукту. Результативність просування віртуальних виставок.

4. Структура залікового кредиту навчальної дисципліни «Організація виставкової діяльності»
Денна форма

	Кількість годин					
	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	Тренінг, КПЗ	Індивідуальна робота	Контроль нізаходи
Змістовий модуль I. Виставкова та ярмаркова діяльність: основні поняття						
Тема 1. Теоретичні основи виставково-ярмаркової Діяльності	2	2	9	3	3	Питання, кейси

Тема 2. Термінологічний інструментарій виставкової та ярмаркової діяльності	2	2	10			Ділові ігри, питання
Тема 3. Організаційно-правові засади регулювання виставкової діяльності	3	3	9			Питання, кейси
Тема 4. Основи організації виставкового процесу	3	3	9			Ділові ігри, питання
Тема 5. Підготовка до участі та проведення виставково-ярмаркових заходів	3	3	9			Питання, кейси
Змістовий модуль 2. Особливості здійснення виставкової та ярмаркової діяльності						
Тема 6. Обладнання у виставково-ярмарковій індустрії	3	3	9			Питання, кейси
Тема 7. Формування проектної команди в процесі реалізації виставково-ярмаркового заходу.	3	3	15			Ділові ігри, питання
Тема 8. Особливості роботи персоналу у виставково-ярмарковій діяльності	3	3	9	3	3	Питання, кейси
Тема 9. Основи комунікації на виставкових заходах	3	3	11			Ділові ігри, питання
Тема 10. Інтернет-технології у виставковій та ярмарковій діяльності	3	3	11			Питання, кейси
Разом	28	14	99	6	3	

Заочна форма

	Кількість годин		
	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота
Змістовий модуль I. Виставкова та ярмаркова діяльність: основні поняття			
Тема 1. Теоретичні основи виставково-ярмаркової діяльності	1	1	12

Тема 2. Термінологічний інструментарій виставкової та ярмаркової діяльності	1		12
Тема 3. Організаційно-правові засади регулювання виставкової діяльності	1	1	12
Тема 4. Основи організації виставкового процесу	1		14
Тема 5. Підготовка до участі та проведення виставково-ярмаркових заходів	1	1	14
Тема 6. Обладнання у виставково-ярмарковій індустрії	1		12
Тема 7. Формування проектної команди в процесі реалізації виставково-ярмаркового заходу.	1	1	12
Тема 8. Особливості роботи персоналу у виставково-ярмарковій діяльності			12
Тема 9. Основи комунікації на виставкових заходах	1		12
Тема 10. Інтернет-технології у виставковій та ярмарковій діяльності			12
Разом	8	4	138

5. Тематика практичних завдань з дисципліни «Організація виставкової діяльності»

Практичне заняття № 1-2

Тема: Виставкова діяльність як інструмент маркетингу та місце виставки у підприємницькій діяльності.

Мета: обґрунтувати необхідність виставок в умовах ринку, виявити значення виставки в підприємницькій діяльності та вивчити основні поняття у виставковій діяльності.

Питання для обговорення:

1. Чому виставкова діяльність є інструментом маркетингу?
2. Які маркетингові функції виконує виставка?
3. В чому полягає роль виставкової діяльності при розробці стратегії підприємства?
4. Як формується цільова спрямованість виставкової діяльності?
5. Що є інструментами комунікаційної політики підприємства?

6. Які функції виставки серед інструментів маркетингу?
7. Які найбільш істотні інструменти ціноутворення характерні для виставок?
8. Чи допомагає виставка експоненту виявляти свої переваги перед конкурентами щодо цінової політики?
9. Які інструменти політики розподілу (збуту) відомі і використовуються на виставках?
10. Яка роль виставок у товарній політиці підприємства?
11. Як участь у виставці допомагає при дослідженні конкурентів?
12. Які цілі участі у виставці є першорядними?
13. Яку мету ставить перед собою відвідувач виставки?
14. Для чого потрібний маркетинговий аналіз виставок за регіонами і по цільових групах?

Контрольні питання:

1. Основні визначення у виставково-ярмарковій діяльності.
2. Предмет і зміст виставкової діяльності, мета і завдання.
- 12
3. Місце виставки у підприємницькій діяльності.
4. Основні принципи маркетингу.
5. Виставки серед інструментів маркетингу.
6. Визначення цілей участі у виставці.
7. Прийняття рішення про участь у виставці. Вибір виставки. Література [1–6, 9, 10, 11, 12, 13, 22]

Практичне заняття № 3-4

Тема: Основи організації основного та допоміжного процесу у виставковій діяльності. Технічна підготовка.

Мета: вивчити та засвоїти методику організації основного та допоміжного процесу у виставковій діяльності.

Питання для обговорення:

1. Що таке етапи організаційного процесу виставкового заходу?
2. Які форми участі у виставці?
3. Як потрібно планувати строки виконання робіт з підготовки до виставки?
4. У чому полягає роль виставкового персоналу при підготовці й участі у виставці на кожному організаційному етапі?
5. Які сервісні послуги пропонуються експонентів організаторами виставки?
6. Яка роль каталогу виставки?
7. Як зробити так, щоб виставковий стенд став "візитною карткою" підприємства?
8. Хто здійснює монтаж і демонтаж стенда?
9. чому полягають обов'язки персоналу на стенді при проведенні виставки?
10. Які основні принципи роботи стендиста з відвідувачами?
11. Як рекламує експонент свою продукцію і підприємство?
12. Для чого потрібна робота з клієнтами і цільовими групами після

виставки?

13. За якими параметрами проводиться аналіз ефективності участі у виставці?

14. Що є предметом аналізу результатів участі у виставці з позицій інструментів маркетингу?

Контрольні питання:

1. Які Ви знаєте основні організаційні форми виставкової діяльності?
2. Індивідуальне та колективне представлення експонатів.
3. Організація процесу представлення товарів і послуг під час демонстрації.
4. Технічне обслуговування основних та допоміжних засобів виставки: транспортне обслуговування, складське обслуговування.

5. Розподіл експонатів: розробка плану участі у виставці, вибір об'єктів, розміщення, обслуговування та робота по закінченню виставкового процесу. Література [1-6, 14, 15, 18, 20, 22]

Практичне заняття № 5-6

Тема: Планування і управління виставковою діяльністю.

Мета: Визначити особливості планування виставкової діяльності та засвоїти основні моменти управління виставковим процесом.

Питання для обговорення:

1. Планування виставкової діяльності у просторі і часі.
2. Перспективне планування. Оперативно-поточне планування.
3. Управління виставковим процесом.
4. Які основні завдання стендистів на виставці?
5. Робота з відвідувачами виставок?

Контрольні питання:

1. Особливості планування виставкової діяльності у просторі і часі.
2. Перспективне планування. Оперативно-поточне планування.
3. Основи управління виставковим процесом: мета, принципи, функції.
4. Організаційно-виробничі структури управління: на постійній основі, натимчасовій основі.
5. Завдання та робота стендиста виставки з відвідувачами виставок. Література [8,9–11, 13, 15, 16, 17, 22, 23]

Практичне заняття № 7-8

Тема: Управління якістю у виставковому процесі. Особливості визначення ефективності виставкового процесу.

Мета: Вивчити процес управління якістю та особливості визначення ефективності виставкового процесу.

Питання для обговорення:

1. Особливості підготовки експонатів для виставки.
2. Управління якістю підготовки до виставкового процесу.
3. Якість послуг, які надаються організатором виставки.

4. Планування грошових витрат.
5. Роль виставки та її ефективність. Контрольні

питання:

1. Підготовка експонатів товарів і послуг для виставки.
2. Визначення якості підготовки до виставкового процесу.
3. Послуги, що надаються організатором виставки.
4. Планування грошових витрат для участі у виставці.
5. Оперативне управління виставковою діяльністю.
6. Аналіз виставки та її ефективності: учасників та організатора виставки. Література [1, 5, 6, 8, 9–11, 13, 17, 22]

Практичне заняття № 9-10

Тема: Міжнародна виставкова діяльність.

Мета: вивчити досвід виставкової діяльності країн зарубіжжя.

Питання для обговорення:

1. Особливості Міжнародної виставкової діяльності.
2. Найбільші виставкові Центри в Світі.
3. Перспективи розвитку Міжнародної виставкової діяльності

Контрольні питання:

1. Роль держави в організації Міжнародних виставок.
2. Особливості Міжнародної виставкової діяльності.
3. Найбільші виставкові Центри в Світі.
4. Визначення перспектив розвитку Міжнародної виставкової діяльності. Література [1, 3, 4, 6, 9, 17, 18]

6. Комплексне практичне індивідуальне завдання

Комплексне практичне індивідуальне завдання (далі КПЗ) передбачає: систематизацію, закріплення, розширення теоретичних і практичних знань із дисципліни і застосування їх при вирішенні конкретних ситуацій, розвиток навичок самостійної роботи з літературними джерелами.

Тему КПЗ з дисципліни «Організація виставкової діяльності» студент вибирає і погоджує з викладачем на початку семестру. Розробку КПЗ студент виконує самостійно. Студент має надати КПЗ для перевірки наприкінці семестру, але не пізніше терміну проведення підсумкового модульного контролю. Оцінка за виконання КПЗ враховується при виставленні загальної оцінки з дисципліни.

У процесі виконання КПЗ студент має опрацювати не менше десяти літературних джерел з посиланнями на використання певної інформації з них у тексті роботи. При цьому робота повинна мати творчий характер і бути спрямованою на вирішення певної проблеми чи на висловлення особистого погляду автора роботи на питання, яке розглядається в роботі.

Варіанти КПЗ з дисципліни «Організація виставкової діяльності»:

1. Основні визначення у виставково-ярмарковій діяльності.
2. Предмет і зміст виставкової діяльності, мета і завдання.
3. Місце виставки у підприємницькій діяльності.
4. Основні принципи маркетингу.
5. Виставки серед інструментів маркетингу.
6. Визначення цілей участі у виставці.
7. Прийняття рішення про участь у виставці. Вибір виставки.
8. Виставкова діяльність як інструмент маркетингу.
9. Маркетингові функції виставки.
10. Роль виставкової діяльності при розробці стратегії підприємства.
11. Формування цільової спрямованості виставкової діяльності.
12. Інструменти комунікаційної політики підприємства
13. Функції виставки серед інструментів маркетингу.
14. Інструменти ціноутворення, які характерні для виставки.
15. Роль виставки у виявленні переваг підприємства-учасника перед конкурентами щодо цінової політики.
16. Інструменти політики розподілу (збуту), що використовуються на виставках.
17. Роль виставок у товарній політиці підприємства.
18. Цілі участі у виставці.
19. Яку мету ставить перед собою відвідувач виставки?
20. Значення маркетингового аналізу виставок за регіонами і за цільовими групами.
21. Етапи організаційного процесу виставкового заходу.
22. Форми участі у виставці.
23. Планувати строків виконання робіт з підготовки до виставки.
24. Роль виставкового персоналу при підготовці й участі у виставці на кожному організаційному етапі.
25. Роль каталогу виставки.
26. Стенд як "візитна картка" підприємства.
27. Мета роботи з клієнтами і цільовими групами після виставки.
28. Параметри проведення аналізу ефективності участі у виставці.
29. Основні організаційні форми виставкової діяльності.
30. Технічне обслуговування основних та допоміжних засобів виставки: транспортне обслуговування, складське обслуговування.
31. Розподіл експонатів: розробка плану участі у виставці, вибір об'єктів, розміщення, обслуговування та робота по закінченню виставкового процесу.
32. Планування виставкової діяльності у просторі і часі.
33. Перспективне планування. Оперативно-поточне планування.
34. Управління виставковим процесом.
35. Основні завдання стендистів на виставці.
36. Робота стендиста виставки з відвідувачами виставок.
37. Особливості Міжнародної виставкової діяльності.

38. Найбільші виставкові Центри в Світі.
39. Перспективи розвитку Міжнародної виставкової діяльності.
40. Роль держави в організації Міжнародних виставок.

Самостійна робота

1. Сутність та значення виставкової діяльності.
2. Організація виставкового процесу у просторі та часі.
3. Технічна підготовка експонатів для показу на виставках.
4. Технологічна підготовка основного виставкового процесу.
5. Організація процесу представлення товарів і послуг під час демонстрування.
6. Технічне обслуговування основних засобів організатором виставки.
7. Організація транспортування експонатів.
8. Організація складування та зберігання експонатів.
9. Перспективне та оперативно-поточне планування виставкової діяльності.
10. Робота стендиста на виставці.
11. Виставка як метод паблік рїлейшинз
12. Планування грошових витрат у виставковому процесі.
13. Оперативне управління ефективністю виставкової діяльності.
14. Виставковий стенд в організаційному процесі виставки.
15. Виставка в рамках комплексу маркетингу.
16. Особливості роботи персоналу на виставці зі ЗМІ.

7. Проведення тренінгу

Тематика: Вивчення туристично-готельного бізнесу на місцевому рівні.

Порядок проведення:

- Здійснити виїзд (похід) до організації туристичного бізнесу області або міста.
- Ознайомитися з специфікою туристичної політики регіону (міста).
- Дати характеристику особливостям проведення виставкової діяльності туристичними господарствами
- Представити результати проведеного тренінгу у вигляді групового звіту про дослідження виставкової діяльності.

8. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

В процесі вивчення дисципліни “Організація виставкової діяльності” використовуються наступні методи оцінювання навчальної роботи студента за 100- бальною шкалою:

- поточне тестування та опитування;

- підсумкове тестування по кожному змістовому модулю;
- ректорська контрольна робота;
- підсумкова оцінка за КПЗ;
- підсумковий письмовий екзамен.

9. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів і перескладання: Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції факультету (інституту) за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності: Письмові роботи підлягають перевірці на наявність плагіату та допускаються до захисту з коректними текстовими запозиченнями. Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів та екзаменів заборонено.

Політика щодо відвідування: Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в онлайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни визначається як середньозважена величина, в залежності від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

(%)

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2 (ректорська контрольна робота)	Заліковий модуль 3 (КПЗ)
30 %	40 %	30 %
1. Опитування (тестування) під час заняття (Тема 1-5 по 10 балів) = 50 балів 2. Письмова робота = 50 балів.	1. Опитування (тестування) під час занять (Тема 6-10 по 5 балів) = 30 балів 2. Письмова робота = 70 балів.	1. Участь у тренінгу = 30 балів. 2. Підготовка та захист КПЗ – макс. 70 балів

Шкала оцінювання:

За шкалою університету або ЗУНУ	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	відмінно	A (відмінно)

85-89	добре	В (дуже добре)
75-84		С (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		Е (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

10. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№ п/п	Найменування	Номер теми
1	Ноутбук	1-10
2	Мультимедійний проектор	1-10
3	Система дистанційного навчання ЗУНУ <i>moodle.wunu.edu.ua</i>	1-10
4	Пакет прикладних програм базових інформаційних технологій: <i>MS Office</i>	1-10
5	Телекомунікаційне програмне забезпечення (<i>Internet Explorer, Opera, Google Chrome, Firefox</i>)	1-10

Список рекомендованих джерел:

1. Виставкова федерація України: Веб сайт. URL: <http://www.expo.org.ua> (дата звернення 04.08.2021).
2. Закон України «Про інформацію» від 02 жовтня 1992 р. №2657-XII: за станом на 03 лютого 2013 р. // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2003. – № 31 – 32. – Ст. 263.
3. Концепція розвитку виставкової діяльності/ URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/2319267>(дата звернення 04.07.2020).
4. Міжнародний стандарт ISO 25639-1:2008 Exhibitions, shows, fairs and conventions / Виставки, ярмарки, конгрес. URL: <https://www.iso.org/standard/43909.html> (дата звернення 04.08.2021).
5. Міжнародний стандарт ISO 25639-1:2008 Exhibitions, shows, fairsandconventions. URL: <https://www.iso.org/standard/43909.html>(дата звернення 04.08.2020).
6. Наказ Міністерства економіки України «Про затвердження Рекомендацій з питань проведення виставок і ярмарків в Україні та організації національних експозицій України на міжнародних виставках і ярмарках за кордоном з частковим фінансуванням витрат за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів, які спрямовуються на виставково-ярмаркову діяльність»
7. Паризька конвенція про міжнародні виставки 1928 р. №995_975 чинна редакція від 30.11.1972 р. [Електронний ресурс] – режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_975
8. Постанова Кабінету Міністрів України «Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні» №1065 від 22.08.2007 URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1065-2007-%D0%BF> (дата звернення 08.08.2021р.)
9. Постанова Кабінету Міністрів України «Про ефективне використання державних коштів» № 710 від 11.10.2016 р. [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/710-2016-%D0%BF>
10. Смирнов І.Г. Логістика виставкової діяльності: світовий та український досвід . *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2014. № 4. С. 62-71. URL:[http://zt.knteu.kiev.ua/files/2014/4\(75\)/uazt_2014_4_8.pdf](http://zt.knteu.kiev.ua/files/2014/4(75)/uazt_2014_4_8.pdf) (дата звернення 04.08.2021).
11. Туровська Л, Смоляр І. Електронна виставка як комунікаційна модель діяльності наукової бібліотеки. *Вісник Книжкової палати* 2018. № 3.

Інтернет-видання:

- <http://www.kiyv.com.ua>

- <http://www.tour.com.ua>
- <http://www.ukraine.onlien.com.ua>
- <http://www.utis.com.ua>
- www.kmu.gov.ua – Про затвердження Правил користування готелями та надання готельних послуг в Україні.
- <http://www.all-Hotels.com.ua>