



Силабус курсу

Організація виставкової діяльності

ступінь вищої освіти – бакалавр
галузь знань – 24 Сфера обслуговування
спеціальність – 242 Туризм і рекреація
освітньо-професійна програма «Туризм»
Рік навчання: 2, Семестр: 3
Кількість кредитів: 5
Мова навчання: українська

ПІП

Керівник курсу

Богдан Адамович КАМІНСЬКИЙ

к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу

Контактна інформація

bogdan_kam@ukr.net, (0352) 47-50-75

Опис дисципліни

Дисципліна «Організація виставкової діяльності» спрямована на те, щоб сформувати у майбутніх фахівців теоретичних знань, практичних умінь та головних фахових компетентностей, що забезпечують ефективну організацію участі підприємств туристичної справи у виставково-ярмаркових заходах та 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..

Структура курсу

Години (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
4/2	Тема 1. Теоретичні основи виставково-ярмаркової діяльності	Вивчити та зрозуміти сутність та специфіку поняття виставкової та ярмаркової діяльності та її значення. Функції виставкової діяльності: інформаційна, комунікаційна, комерційна, міжнародна, навчальна, маркетингова, макроекономічна та соціальна. Індустрія MICE, складові елементи. Ефекти виставково-ярмаркової діяльності: прямий (первинний, вторинний) та непрямий (мультиплікативний). Еволюція розвитку виставково-ярмаркової діяльності, основні етапи.	Поточне опитування
4/2	Тема 2. Термінологічний інструментарій виставкової та ярмаркової діяльності	Вивчити та зрозуміти сутність виставково-ярмаркової діяльності. Суб'єкти виставкової діяльності, їх характеристика: виставковий центр, організатор виставок та ярмарків, розпорядник	Поточне опитування

		<p>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 «EXPO».</p>	
2 / 2	Тема 3. Організаційно-правові засади регулювання виставкової діяльності	<p>Вивчити та зрозуміти 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.</p>	Поточне опитування
4 / 2	Тема 4. Основи організації виставкового процесу	<p>Вивчити та зрозуміти 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.</p>	Поточне опитування
4 / 1	Тема 5. Підготовка до участі	<p>Вивчити та зрозуміти планування участі у</p>	Поточне

	та проведення виставково-ярмаркових заходів	виставково-ярмарковому заході. Основа ефективності виставкового проекту. 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.	опитування
2 / 1	Тема 6. Обладнання у виставково-ярмарковій індустрії	Вивчити та зрозуміти 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.	Поточне опитування
4 / 1	Тема 7. Формування проєктної команди в процесі реалізації виставково-ярмаркового заходу	Вивчити та зрозуміти 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 проєкту в процесі реалізації виставково-ярмаркового заходу. Завдання організації роботи над проєктом виставкової діяльності. Елементи системи управління командою проєкту. Основні характеристики команди проєкту. Підходи до формування проєктної команди.	Поточне опитування
4 / 1	Тема 8. Особливості роботи персоналу у виставково-ярмарковій діяльності Тема	Вивчити та зрозуміти процес підбору 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.	Поточне опитування
2 / 1	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	Поточне опитування

		інформації. Формами спілкування: прес-конференції; інтерв'ю; прес-релізи; досьє для преси; досьє для прес-центру ярмарку-виставки та особливості їх організації.	
2 / 1	Тема 10. Інтернет-технології у виставковій та ярмарковій діяльності	Вивчити та зрозуміти 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.	Поточне опитування

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Виставкова федерація України: Веб сайт. URL: <http://www.expo.org.ua>
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>
4. Міжнародний стандарт ISO 25639-1:2008 Exhibitions, shows, fairs and conventions / Виставки, ярмарки, конгрес. URL: <https://www.iso.org/standard/43909.html>
5. Міжнародний стандарт ISO 25639-1:2008 Exhibitions, shows, fairsandconventions. URL: <https://www.iso.org/standard/43909.html>(датазвернення 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>
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) .

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>

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 з дисципліни визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Заліковий модуль 1		Заліковий модуль 2		Заліковий модуль 3	Модуль 4
20 %	20 %	20 %	20 %	5 %	15 %
1. Поточне оцінювання	2. Модульн. контр. 1	1. Поточне оцінювання	2. Модульн. контр. 2	Тренінг	Самостійна робота

Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час занять	1. Теоретичні питання (2 пит.) – макс. 50 балів. 2. Задача – макс. 50 балів.	Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час занять	3. Теоретичні питання (2 пит.) – макс. 60 балів. Тестові завдання – макс. 40 балів.	Оцінка за завдання з тренінгу (4 завдання по 25 балів)	Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих за самостійну роботу (реферат, есе)
--	---	--	--	--	---

Шкала оцінювання:

За шкалою Університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	Відмінно	A (відмінно)
85-89	Добре	B (дуже добре)
75–84		C (добре)
65–74	Задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35–59	Незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1–34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)