

**ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Факультет туризму

Кафедра готельно-ресторанної та курортної справи

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Організація виставкової та ярмаркової діяльності**

Освітньо-професійна програма «Міжнародний готельний бізнес»

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Затверджено на засіданні  
кафедри Протокол № \_\_\_ від  
29.03. 2022 р.

## ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Компетентності
5. Результати навчання
6. Організація навчання курсу
7. Система оцінювання курсу
8. Політика курсу
9. Рекомендована література

<b>1. Загальна інформація</b>	
<b>Назва дисципліни</b>	Організація виставкової та ярмаркової діяльності
<b>Освітньо-професійна програма</b>	Міжнародний готельний бізнес
<b>Спеціалізація</b>	–
<b>Спеціальність</b>	241 «Готельно-ресторанна справа»
<b>Галузь знань</b>	24 «Сфера обслуговування»
<b>Освітній рівень</b>	Бакалавр
<b>Статус дисципліни</b>	Цикл вибіркових дисциплін
<b>Курс/семестр</b>	3/6
<b>Розподіл за видами занять та годинами навчання</b>	Лекції – 30 год. Семінарські заняття – 30 год. Самостійна робота – 120 год.
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Посилання на сайт дистанційного навчання</b>	

<b>2. Опис дисципліни</b>	
<p>Предметом вивчення дисципліни є організація, планування та контроль виставкової та ярмаркової діяльності.</p> <p>Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових модулів:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основи виставкової діяльності;</li> <li>2. Організація виставкового проекту.</li> </ol>	
<p>Метою навчальної дисципліни є формування у студентів комплексного уявлення про специфіку організації виставкового проекту, характерні риси сучасної виставкової діяльності. Курс спрямований на формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок в сфері виставкової справи, які вони могли б успішно реалізувати у своїй професійній діяльності.</p> <p>Завданнями даного курсу є:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• засвоєння ключових понять і принципів виставкової діяльності;</li> <li>• знайомство з сучасними вимогами до організатора та учасника виставки;</li> <li>• формування базових уявлень про організацію та проведення комерційної виставки;</li> <li>• розвиток самостійного сприйняття процесів українського виставкового процесу;</li> <li>• оволодіння практичними вміннями та навичками організації виставкових проектів.</li> </ul> <p>У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• теоретичні основи управління виставковою діяльністю;</li> <li>• сучасні тенденції розвитку в сфері виставкової діяльності;</li> <li>• специфічні риси підготовки та проведення виставок в Україні;</li> <li>• основні принципи діяльності куратора виставки;</li> <li>• основи діяльності зі створення комерційно успішного виставкового проекту.</li> </ul> <p>вміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• формулювати, коментувати, підкріплюючи конкретними прикладами базові поняття і терміни дисципліни;</li> <li>• логічно репрезентувати освоєний матеріал з виставкової діяльності;</li> <li>• орієнтуватися у спеціальній літературі, присвяченій особливостям організації виставкового проекту;</li> </ul>	

- висловлювати і обґрунтовувати свою позицію з питань, що стосуються функціонування сучасних виставкових майданчиків;
- орієнтуватися у етапах створення виставкового проекту;
- виконувати весь перелік робіт: від планування виставок та оформлення учасників виставки до проведення конкретної виставки на виставкових площах;
- здійснювати післявиставкову роботу з визначенням основних помилок та недоліків з розробкою рекомендацій для їх подолання у майбутньому.

### 3. Структура курсу

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Тема 1. Вступ. Історія розвитку та сучасний стан виставково-ярмаркової діяльності	Знати предмет і зміст виставкової діяльності. Мету, завдання і основні напрямки вирішення проблем. Місце виставки у підприємницькій діяльності та сучасних маркетингових технологіях. Періодизацію історії розвитку виставкової діяльності. Законодавчу та нормативну бази виставково-ярмаркової діяльності в Україні. Цілі та завдання організаторів виставкових заходів. Сучасний стан виставково-ярмаркової діяльності в Україні.	Питання, тести, самостійна практична робота
2.	Тема 2. Класифікація виставково-ярмаркових заходів та виставкових послуг	Знати критерії класифікації виставково-ярмаркових заходів. Міжнародну класифікацію виставкових заходів UFI. Національну класифікацію виставково-ярмаркових заходів за тематичними напрямками. Класифікацію виставкових послуг. Суб'єкти виставкової діяльності та їх комунікаційна взаємодія.  б. Функції виставкової діяльності.	Питання, тести, самостійна практична робота
3.	Тема 3. Виставкова діяльність в структурі туристичного бізнесу	Знати провідні міжнародні туристичні виставки. Туристичні виставки в Україні. Місце виставок в системі CRM. Виставки в системі туристичного маркетингу.	Питання, тести, самостійна практична робота
4.	Тема 4. Технології фандрейзінгу в сфері виставкової діяльності	Знати поняття та види фандрейзінгу. Розуміти особливості залучення національних та міжнародних культурних фондів та грантодавців. Специфіку пошуку спонсорів. Мотивацію спонсорів. Складання листа до потенційного спонсора. Підготовка остаточної презентації проекту.	Питання, тести, самостійна практична робота
5.	Тема 5. Планування участі у виставці	Знати фази прийняття рішення про участь у виставці. Визначення цілей участі у виставці. Вибір виставки. Основні критерії оцінки виставок.	Питання, тести, самостійна практична робота

		Визначення способу участі у виставці. Фактори, що визначають спосіб участі у виставці. Визначення вартості участі у виставці. Складання кошторису та основні статті витрат. Залучення інвестицій у виставковій діяльності. Джерела ризиків у виставково-ярмарковій діяльності. Економічний аналіз ризиків. Управління ризиками.	
6.	Тема 6. Організація участі у виставці	Знати техніки організації участі у виставці. Умови успішної участі у виставці. Розробку концепції виставки. Робочий план підготовки та проведення виставки. Відбір персоналу на виставку. Розподіл функціональних обов'язків. Підготовка персоналу, який бере участь на виставці. Встановлення контактів з адміністрацією виставки. Документаційне забезпечення участі у виставці. Експонати як один із найважливіших засобів передачі комерційного повідомлення експонента. Принципи відбору експонатів. Оцінку факторів, що впливають на імідж експонатів. Підготовку вантажної та митної документації.	Питання, тести, самостійна практична робота
7.	Тема 7. Організація виставкового простору	Знати поняття та види виставкових стендів. Розміри стенду та фактори, що впливають на його розмір. Розташування стенду. Правила розміщення стенду. Зонування виставкового стенду. Кольорове оформлення стенду. Колірна гамма та її вплив на психологічну реакцію відвідувачів. Освітлення і його вплив на формування атмосфери стенду. Види освітлення та їх характеристика. Графічні та аудіо-візуальні засоби оформлення стенду. Ефективність графічних і пояснювальних елементів оформлення. Організація виставкового простору на відкритих майданчиках. Особливості проектування і використання двоповерхових та мобільних стендів.	Питання, тести, самостійна практична робота
8.	Тема 8. Організація роботи з відвідувачами виставкових заходів	Знати типи відвідувачів виставок. Контакт с відвідувачами виставки: етапи та завдання. Особливості вербальних комунікацій з відвідувачами виставки. актори успіху комунікації. Вимоги до комунікацій на	Питання, тести, самостійна практична робота

		стенді. Принципи правильної комунікації з відвідувачами. Культура і техніка мовлення. Невербальні комунікації на виставці. Реєстраційна анкета відвідувача стенду.	
9.	Тема 9. Організація заходів ділової програми виставки	Знати характеристику заходів ділової програми виставки. Вибір розсадження учасників ділової програми виставки для різних типів заходів. Номенклатура устаткування та інвентарю для проведення ділової програми виставки. Особливості роботи організаторів виставки зі ЗМІ. Офіційні прес-заходи та прес-релізи.	Питання, тести, самостійна практична робота
10.	Тема 10. Поствиставковий етап	Вміти здійснювати аналіз та обробку результатів участі у виставці. Підготовку звітів. Вибір перспективних клієнтів. Показники, які використовуються для оцінки ефективності участі підприємства у виставкових заходах. Оцінку ефективності участі підприємств у виставкових заходах. Фактори, які негативно впливають на ефективність участі у виставках. Попереднє рішення про участь в наступній виставці.	Питання, тести, самостійна практична робота

#### 4. Система оцінювання курсу

Поточне тестування та самостійна робота										ІНДЗ (розробка індивідуального завдання)	Підсумкова контрольна робота	Конспект лекцій	Сума
Змістовий модуль 1					ІНДЗ (реферат)					20	25	5	100
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9					
Поточний контроль – 20 Контрольна робота №1 – 15 Контрольна робота №2 – 15													

#### 5. Рекомендована література

1. Александрова Н.В., Филоненко И.К. Выставочный менеджмент: стратегии управления и маркетинговые коммуникации. Москва : РИА Проэкспо 2006. 240 с.
2. Архипова О.В. Конгрессно-выставочная деятельность : учеб. Пособие. Санкт-Петербург : СПбГИЭУ, 2010. 184 с.
3. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности : учебное пособие. Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2011. 228 с.
4. Болдін О.С. Державне регулювання виставково-ярмаркового бізнесу: досвід зарубіжних країн. *Теорія та практика державного управління*. 2009. Вип. 2. С. 288–294.

5. Гуріна Н.Д., Курилко Н.М. Особливості бізнес-планування виставкової діяльності підприємств-експонентів. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2010. № 5, Т.1. С. 64–68.
6. Гусев Э.Б., Прокудин В.А., Салашенко А.Г. Выставочная деятельность в России и за рубежом : учеб.-метод. пособие. Москва : Дашков и К, 2004. 516 с.
7. Дупляк Т.П. Оцінка ефективності управління підприємствами виставкової діяльності. *Маркетинг в Україні*. 2011. № 2. С. 29–34.
8. Зарічняк А.П., Шикеринець В.В. Міжнародні туристичні виставкові заходи як інструмент розвитку туристичної галузі. *Карпатський край. Наукові студії з історії, культури, туризму*. 2017. № 9. С. 179–187.
9. Захаренко Г.П. Выставка. Техника и технология успеха. Москва : Вершина, 2006. 232 с.
10. Карасев Н. Как получают от выставок максимальную выгоду : практическое пособие. Москва : «ЭкспоЭффект», 2009. 88 с.
11. Карпенко Н.В. Управління виставково-ярмарковою діяльністю підприємства. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. Сер. : Економічні науки. 2014. № 5 (67). С. 59–63.
12. Кінаш І.П. Політика розвитку виставкової інфраструктури в Україні. *Бізнес Інформ*. 2013. № 3. С. 358–361.
13. Концепція розвитку виставково-ярмаркової діяльності: затв. постановою Кабінету Міністрів України від 22 серпня 2007 р. № 1065. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1065-2007-п> (дата звернення: 20.08.2020).
14. Лукашова Л.В. Виставки як ефективний напрям збутової діяльності туристичних підприємств. *Вісник ДІТБ*. 2011. № 15. С. 311–317.
15. Лукашова Л.В. Організація виставкової діяльності : навч. посіб. для вищ. навч. закл. Київ : КНТЕУ, 2009. 372 с.
16. Основы выставочно-ярмарочной деятельности : учеб. пособие для вузов / Л.Е. Стровский, Е.Д. Фролова, Д.Л. Стровский и др. ; под ред. Л.Е. Стровского. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. 288 с.
17. Пекар В.О. Основы выставочной деятельности : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Євроіндекс, 2009. 348 с.
18. Сюрко Л.Є. Аналіз конкурентоспроможності виставкових послуг та мінімізація ризиків. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2013. Вип. 4. С. 152–159.
19. Сюрко Л.Є. Оцінка ефективності виставкової діяльності. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2011. Вип. 2 (42). С. 343–347.
20. Ткаченко Т.І., Дупляк Т.П. Виставковий бізнес : монографія. Київ : КНТЕУ, 2016. 244 с.
21. Ткаченко Т.І., Дупляк Т.П. Інтернет-технології у виставковій діяльності. *Маркетинг в Україні*. 2008. № 3. С. 23–28.
22. Хінціцька А.М., Коваль О.М. Розвиток виставково-ярмаркової діяльності в Україні на сучасному етапі. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*. 2013. № 2 (70). С. 182–188.
23. Шикеринець В.В., Зарічняк А.П. Організація виставкової діяльності : навчально-методичний посібник для студентів спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності». Івано-Франківськ : Голіней О.М., 2018. 180 с.
24. Шумович А.В. Великолепные мероприятия : Технологии и практика event management. 3-е изд. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2008. 336 с.
25. Event-менеджмент / У. Хальцбаур, Э. Йеттингер, Б. Кнаузе, Р. Мозер, М. Целлер; пер. с нем. Т. Фоминой. Москва : Эксмо, 2007. 384 с.
26. Successful Participation in Trade Fairs / Edited by P. Neven, S. Kanitz. Berlin : AUMA, 2014. 103 p.

<b>6. Контактна інформація</b>	
<b>Кафедра</b>	Готельно-ресторанної та курортної справи. м. Івано-Франківськ, вул. Галицька, 201 Б. Кабінет – 326. <a href="https://kgrks.pnu.edu.ua/">https://kgrks.pnu.edu.ua/</a>
<b>Викладач</b>	Доц. Вичівський Павло Павлович
<b>Контактна інформація викладача</b>	pavlo.vuchivskui@pnu.edu.ua

<b>8. Політика навчальної дисципліни</b>	
<b>Академічна доброчесність</b>	Атмосферу довіри, взаєморозуміння, взаємоповаги потрібно будувати щоденно. Політика ректорату спрямована на академічну доброчесність, прозорість та законність діяльності. Задля цього розроблено та впроваджено «Положення про запобігання академічного плагіату», «Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності», «Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Стефаника» і опубліковано їх на сайті. Викладеними в цих документах принципами (відповідальності, справедливості, академічної свободи, взаємоповаги, безпеки і добробуту, законності) та правилами поведінки студентів і працівників університету, які базують на відповідних законах, й керується кафедра готельно-ресторанної та курортної справи у своїй діяльності. В університеті діє «Гаряча лінія» з ректором, «Телефон довіри», більшість вступних іспитів проводиться за комп'ютерно-тестовими технологіями, а іспит за допомогою онлайн-трансляції можна переглядати у реальному часі. Діяльність кафедри, ректорату з питань запобігання та виявлення корупції здійснюється на основі чинного законодавства України.
<b>Пропуски занять</b>	Відпрацювання пропущених занять відбувається у перший день за графіком консультацій викладача з навчальної дисципліни
<b>Виконання завдання пізніше встановленого терміну</b>	Всі завдання здаються у встановлений термін, за винятком поважної причини у студента
<b>Невідповідна поведінка під час заняття</b>	Вирішується згідно чинного законодавства України, Статуту університету
<b>Додаткові бали</b>	Виставляються під час семінарських занять за оригінальні відповіді студентів із заявленої теми
<b>Неформальна освіта</b>	Зараховуються, як підсумковий контроль, результати онлайн курсів на платформах Coursera, Prometheus, EdEra, які відповідають програмі навчальної дисципліни

**Викладач**

Вичівський П.П.