

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**

**Факультет туризму**

Кафедра туризмознавства і краєзнавства

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Організація виставкової діяльності**

---

Освітня програма «Туризм»

Спеціальність 242 «Туризм»

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Затверджено на засіданні кафедри  
туризмознавства і краєзнавства  
Протокол № \_\_ від “\_\_” \_\_\_\_\_ 2020 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 діяльності
<b>Рівень вищої освіти</b>	перший (бакалаврський)
<b>Викладач (-і)</b>	Зарічняк Андрій Петрович, викладач кафедри туризмознавства і краєзнавства
<b>Контактний телефон викладача</b>	+380973882955
<b>Е-mail викладача</b>	Зарічняк Андрій Петрович – andriy.zarichnyak@pnu.edu.ua
<b>Формат дисципліни</b>	денна, заочна форми навчання
<b>Обсяг дисципліни</b>	3 кредити ECTS, 90 год.
<b>Посилання на сайт дистанційного навчання</b>	<a href="https://d-learn.pnu.edu.ua/index.php?mod=course&amp;action=ReviewOneCourse&amp;id cat=73&amp;id cou=3756">https://d-learn.pnu.edu.ua/index.php?mod=course&amp;action=ReviewOneCourse&amp;id cat=73&amp;id cou=3756</a>
<b>Консультації</b>	Консультації проводяться відповідно до графіку консультацій, розміщеному на інформаційному стенді кафедри
<b>2. Анотація до курсу</b>	
<p>Предметом вивчення дисципліни є організація, планування та контроль виставкової 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>	
<b>3. Мета та цілі курсу</b>	
<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> <li>• висловлювати і обґрунтовувати свою позицію з питань, що стосуються функціонування сучасних виставкових майданчиків;</li> </ul>	

- 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.

#### 4. Компетентності

- ЗК03.** Здатність діяти соціально відповідально та свідомо;  
**ЗК04.** Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу;  
**ЗК05.** Прагнення до збереження навколишнього середовища;  
**ЗК06.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;  
**ЗК09.** Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми;  
**ЗК12.** Навички міжособистісної взаємодії;  
**ЗК13.** Здатність планувати та управляти часом;  
**ЗК14.** Здатність працювати в команді та автономно;  
**ФК15.** Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності;  
**ФК16.** Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

#### 5. Результати навчання

- ПР18.** Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях;  
**ПР19.** Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань;  
**ПР20.** Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання;  
**ПР21.** Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності;  
**ПР22.** Професійно виконувати завдання в невизначених та екстремальних ситуаціях.

#### 6. Організація навчання курсу

Обсяг курсу 90 год.

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	12
семінарські заняття / практичні / лабораторні	18
самостійна робота	60

#### Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
2	242 «Туризм»	2	Вибірковий (дисципліни вільного вибору студента)

#### Тематика курсу

Тема, план	Форма заняття	Література	Завдання, год	Вага оцінки	Термін виконання
<b>Тема 1. Вступ. Історія розвитку та сучасний стан виставково-ярмаркової діяльності</b> 1. Предмет і зміст виставкової діяльності. Мета, завдання і основні напрямки вирішення проблем. 2. Місце виставки у підприємницькій діяльності та сучасних	лекція/ практ. зан.	2; 3; 4; 9; 13; 17; 22	Відповідно до методичних рекомендацій, 2 год. л., 2 год. практ., 4 год. сам.	10%	Відповідно до розкладу навчання

<p>маркетингових технологіях.</p> <p>3. Періодизація історії розвитку виставкової діяльності.</p> <p>4. Законодавча та нормативна база виставково-ярмаркової діяльності в Україні.</p> <p>5. Цілі та завдання організаторів виставкових заходів.</p> <p>6. Сучасний стан виставково-ярмаркової діяльності в Україні.</p>					
<p><b>Тема 2. Класифікація виставково-ярмаркових заходів та виставкових послуг</b></p> <p>1. Критерії класифікації виставково-ярмаркових заходів.</p> <p>2. Міжнародна класифікація виставкових заходів UFI.</p> <p>3. Національна класифікація виставково-ярмаркових заходів за тематичними напрямками.</p> <p>4. Класифікація виставкових послуг.</p> <p>5. Суб'єкти виставкової діяльності та їх комунікаційна взаємодія.</p> <p>6. Функції виставкової діяльності.</p>	<p>практ. зан.</p>	<p>3; 9; 13</p>	<p>Відповідно до методичних рекомендацій, 0 год. л., 2 год. практ., 6 год. сам.</p>	<p>5%</p>	<p>Відповідно до розкладу навчання</p>
<p><b>Тема 3. Виставкова діяльність в структурі туристичного бізнесу</b></p> <p>1. Провідні міжнародні туристичні виставки.</p> <p>2. Туристичні виставки в Україні.</p> <p>3. Місце виставок в системі CRM.</p> <p>4. Виставки в системі туристичного маркетингу.</p>	<p>лекція/ практ. зан.</p>	<p>6; 8; 14; 15</p>	<p>Відповідно до методичних рекомендацій, 2 год. л., 2 год. практ., 4 год. сам.</p>	<p>10%</p>	<p>Відповідно до розкладу навчання</p>
<p><b>Тема 4. Технології фандрейзінгу в сфері виставкової діяльності</b></p> <p>1. Поняття та види фандрейзінгу.</p> <p>2. Залучення національних та міжнародних культурних фондів та грантодавців.</p> <p>3. Специфіка пошуку спонсорів.</p> <p>4. Мотивація спонсорів.</p> <p>5. Складання листа до потенційного спонсора.</p> <p>6. Підготовка остаточної презентації проекту.</p>	<p>сам. робота</p>	<p>10; 17; 20</p>	<p>Відповідно до методичних рекомендацій, 0 год. л., 0 год. практ., 8 год. сам.</p>	<p>5%</p>	<p>Відповідно до розкладу навчання</p>

<p><b>Тема 5. Планування участі у виставці</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Фази прийняття рішення про участь у виставці.</li> <li>2. Визначення цілей участі у виставці.</li> <li>3. Вибір виставки. Основні критерії оцінки виставок.</li> <li>4. Визначення способу участі у виставці. Фактори, що визначають спосіб участі у виставці.</li> <li>5. Визначення вартості участі у виставці. Складання кошторису та основні статті витрат.</li> <li>6. Залучення інвестицій у виставковій діяльності.</li> <li>7. Джерела ризиків у виставково-ярмарковій діяльності.</li> <li>8. Економічний аналіз ризиків.</li> <li>9. Управління ризиками.</li> </ol>	лекція/ практ. зан.	3; 6; 10; 16	Відповідно до методичних рекомендацій, 2 год. л., 4 год. практ., 6 год. сам.	15%	Відповідно до розкладу навчання
<p><b>Тема 6. Організація участі у виставці</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Техніка організації участі у виставці.</li> <li>2. Умови успішної участі у виставці.</li> <li>3. Розробка концепції виставки.</li> <li>4. Робочий план підготовки та проведення виставки.</li> <li>5. Відбір персоналу на виставку. Розподіл функціональних обов'язків. Підготовка персоналу, який бере участь на виставці.</li> <li>6. Встановлення контактів з адміністрацією виставки.</li> <li>7. Документаційне забезпечення участі у виставці.</li> <li>8. Експонати як один із найважливіших засобів передачі комерційного повідомлення експонента. Принципи відбору експонатів.</li> <li>9. Оцінка факторів, що впливають на імідж експонатів.</li> <li>10. Підготовка вантажної та митної документації.</li> </ol>	лекція	10; 17; 20; 26	Відповідно до методичних рекомендацій, 2 год. л., 0 год. практ., 8 год. сам.	10%	Відповідно до розкладу навчання
<p><b>Тема 7. Організація виставкового простору</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття та види виставкових стендів.</li> <li>2. Розміри стенду та фактори, що впливають на його розмір.</li> </ol>	лекція/ практ. зан.	3; 9; 10; 23	Відповідно до методичних рекомендацій, 2 год. л., 2 год. практ., 6 год. сам.	10%	Відповідно до розкладу навчання

<p>3. Розташування стенду. Правила розміщення стенду.</p> <p>4. Зонування виставкового стенду.</p> <p>5. Кольорове оформлення стенду. Колірна гамма та її вплив на психологічну реакцію відвідувачів.</p> <p>6. Освітлення і його вплив на формування атмосфери стенду. Види освітлення та їх характеристика.</p> <p>7. Графічні та аудіо-візуальні засоби оформлення стенду.</p> <p>8. Ефективність графічних і пояснювальних елементів оформлення.</p> <p>9. Організація виставкового простору на відкритих майданчиках.</p> <p>10. Особливості проектування і використання двоповерхових та мобільних стендів.</p>					
<p><b>Тема 8. Організація роботи з відвідувачами виставкових заходів</b></p> <p>1. Типи відвідувачів виставок.</p> <p>2. Контакт с відвідувачами виставки: етапи та завдання.</p> <p>3. Особливості вербальних комунікацій з відвідувачами виставки.</p> <p>4. Фактори успіху комунікації. Вимоги до комунікацій на стенді. Принципи правильної комунікації з відвідувачами.</p> <p>5. Культура і техніка мовлення.</p> <p>6. Невербальні комунікації на виставці.</p> <p>7. Реєстраційна анкета відвідувача стенду.</p>	<p>практ. зан.</p>	<p>10; 16; 17; 23</p>	<p>Відповідно до методичних рекомендацій, 0 год. л., 2 год. практ., 8 год. сам.</p>	<p>10%</p>	<p>Відповідно до розкладу навчання</p>
<p><b>Тема 9. Організація заходів ділової програми виставки</b></p> <p>1. Характеристика заходів ділової програми виставки.</p> <p>2. Вибір розсадження учасників ділової програми виставки для різних типів заходів.</p> <p>3. Номенклатура устаткування та інвентарю для проведення ділової програми виставки.</p>	<p>практ. зан.</p>	<p>1; 2; 3; 23; 24</p>	<p>Відповідно до методичних рекомендацій, 0 год. л., 2 год. практ., 6 год. сам.</p>	<p>10%</p>	<p>Відповідно до розкладу навчання</p>

4. Особливості роботи організаторів виставки зі ЗМІ. Офіційні прес-заходи та прес-релізи.					
<b>Тема 10. Поствиставковий етап</b> 1. Аналіз та обробка результатів участі у виставці. 2. Підготовка звітів. 3. Вибір перспективних клієнтів. 4. Показники, які використовуються для оцінки ефективності участі підприємства у виставкових заходах. 5. Оцінка ефективності участі підприємств у виставкових заходах. 6. Фактори, які негативно впливають на ефективність участі у виставках. 7. Попередні рішення про участь в наступній виставці.	лекція/ практ. зан.	10; 18; 19; 20; 26	Відповідно до методичних рекомендацій, 2 год. л., 2 год. практ., 6 год. сам.	15%	Відповідно до розкладу навчання

### 7. Система оцінювання курсу

Загальна система оцінювання курсу	<p>Форми контролю знань студентів:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• поточний;</li> <li>• підсумковий семестровий (підсумкова контрольна робота).</li> </ul> <p>Оцінювання знань студентів здійснюється за 100-бальною шкалою, яка переводиться у відповідну національну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») та шкалу європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС – А, В, С, D, E, FX, F).</p> <p><b>Поточний контроль</b> проводиться на кожному практичному занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки студентів із зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) під час роботи на практичних заняттях. Оцінки у національній шкалі («відмінно» – 5, «добре» – 4, «задовільно» – 3, «незадовільно» – 2), отримані студентами, виставляються у журналах обліку відвідування та успішності академічної групи (питома вага оцінки – 40%).</p> <p><b>Підсумковий семестровий контроль</b> – це підсумкове оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти за семестр, що здійснюється в університеті у формі письмової контрольної роботи. На підсумковий семестровий контроль виносяться питання, що передбачають</p>
-----------------------------------	---



	перевірку розуміння студентами програмного матеріалу дисципліни в цілому та рівня сформованості відповідних компетентностей після опанування курсу. Підсумковий семестровий контроль оцінюється від 0 до 30 балів.
Вимоги до письмової роботи	Письмова робота включає 3 блоки завдань за тематикою курсу.
Практичні заняття	Поточні оцінки, які отримуються під час практичних занять, сумуються.
Умови допуску до підсумкового контролю	Студентам, які мають пропуски, дозволяється ліквідувати академічну заборгованість відповідно до графіку ліквідації академзаборгованості за встановленими правилами.

#### **8. Політика курсу**

Очікується, що студенти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Положенням про запобігання та виявлення плагіату у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» <https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/>. Відвідання занять є важливою складовою навчання. Дозволяється вільне відвідування лекцій. Пропуски практичних занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку на консультаціях.

#### **9. 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., Салащенко 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 получать 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 выставковой 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.

Викладач \_\_\_\_\_ Зарічняк А.П.