

Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет географічний
Кафедра туризму та готельного господарства

СИЛАБУС
навчальної дисципліни «Організація виставкової діяльності»

1. Опис навчальної дисципліни

(денна форма навчання)

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма	Характеристика навчальної дисципліни
Денна форма навчання		
Кількість кредитів – 7	Галузь знань 24 Сфера обслуговування Спеціальність 242 Туризм; 241 Готельно-ресторанна справа Освітньо-професійна програма Туризм; Готельно-ресторанна справа Освітній рівень: бакалавр	Рік навчання – 4
Модулів – 3		Семестр – 8
Змістових модулів – 3		Лекції – 34 год.
ІНДЗ: €		Практичні – 36 год.
Загальна кількість годин – 210		Самостійна робота – 126 год.
Тижневих годин: 4		Консультації – 14 год.
		Форма контролю: залік

2. Опис навчальної дисципліни

(заочна форма навчання)

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма	Характеристика навчальної дисципліни
Заочна форма навчання		
Кількість кредитів – 7	Галузь знань 24 Сфера обслуговування Спеціальність 242 Туризм; 241 Готельно-ресторанна справа Освітньо-професійна програма Туризм; Готельно-ресторанна справа	Рік навчання – 4
Модулів – 3		Семестр – 8
Змістових модулів – 3		Лекції – 12 год.
ІНДЗ: €		Практичні – 12 год.
Загальна кількість годин – 210		Самостійна робота – 160 год.
		Консультації – 26 год.
		Форма контролю: залік

II. Інформація про викладача

Лисюк Тетяна Василівна, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства

Контактна інформація: тел.0679592264; ел. адреса: tetiana.0602@gmail.com

Дні занять (**Розклад занять** розміщено на сайті навчального відділу ВНУ: <http://194.44.187.20/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>)

Розклад консультацій. Консультації проводяться згідно розкладу, що розміщений на дошці оголошень кафедри туризму та готельного господарства.

Кафедра – туризму та готельного господарства

Факультет – географічний

III. Опис дисципліни

1. Анотація курсу

Силабус дисципліни «Організація виставкової діяльності» укладений відповідно до освітньо-професійної програми Готельно-ресторанна справа (спеціальність: 241 Готельно-ресторанна справа; галузь знань: 24 Сфера обслуговування); освітньо-професійної програми Туризм (спеціальність: 242 Туризм; галузь знань: 24 Сфера обслуговування).

2. Мета і завдання навчальної дисципліни

Мета курсу – викласти узагальнений світовий практичний досвід організації і проведення спеціалізованих виставок і ярмарок в комплексі рекламних заходів маркетингової політики підприємств.

Завдання курсу:

- здійснити історичний аналіз становлення і розвитку виставкової діяльності в Україні;
- проаналізувати типологію виставок і ярмарок у міжнародній практиці;
- охарактеризувати стратегічну політику міжнародних об'єднань і організацій виставкової діяльності в напрямку координації і кооперації проведення виставок і ярмарок у світовому товарному ринку;
- окреслити загальні методичні вимоги до організації і проведення виставок і ярмарок за різними типовими ознаками;
- висвітлити регіональні особливості сучасної виставково-ярмаркової діяльності із практики країн з розвинутою економікою та перехідною економікою;
- надати уявлення про методи обчислювання ефективності проведення виставок і ярмарок.

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні знати:

- існуючу систему найсучасніших виставкових центрів в Україні, їх організаційну структуру;
- загальні умови участі у виставках;
- основні фактори, які сприяють розвитку виставкових заходів;
- основні вимоги до проведення виставок і ярмарків;
- головні аспекти організації харчування на виставках та ярмарках.

Вміти:

- приймати безпосередню участь у виставкових заходах;
- аналізувати роботу виставкових центрів;
- розраховувати кошторис витрат підприємства участі у виставці;
- аналізувати і здійснювати оцінку експозицій;
- використовувати наукові результати у практичній виставковій діяльності;
- організувати проведення заходів ділової програми виставок.

3. Результати навчання (компетентності)

Протягом вивчення дисципліни «Організація виставкової діяльності» у бакалаврів повинні сформуватися такі компетентності:

Туризм

Загальні компетентності (ЗК):

- ЗК 03. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо;
- ЗК 07. Здатність працювати в міжнародному контексті;
- ЗК 08. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;
- ЗК 12. Навички міжособистісної взаємодії;
- ЗК 14. Здатність працювати в команді та автономно.

Фахові компетентності (ФК):

- ФК 16. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
- ФК 24. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал;
- ФК 28. Здатність працювати у міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості до інших культур, поваги до різноманітності та мультикультурності, розуміння місцевих і професійних традицій інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці.

Програмні результати навчання (РН):

- РН 2. Визначати зміст базових понять з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук;
- РН 3. Визначати основні форми і види туризму, розуміти їх поділ;
- РН 7. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт;
- РН 12. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг;
- РН 13. Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей;
- РН 16. Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості.
- РН 18. Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях;
- РН 19. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань;
- РН 20. Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання;
- РН 21. Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності;
- РН 22. Демонструвати виконання професійних завдань у стандартних та невизначених ситуаціях.

Готельно-ресторанна справа

Загальні компетентності (ЗК):

- ЗК 03. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями;
- ЗК 04. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій;
- ЗК 07. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності;
- ЗК 08. Навички здійснення безпечної діяльності;
- ЗК 10. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Фахові компетентності (ФК):

- ФК 01. Розуміння предметної області і специфіки професійної діяльності;
- ФК 02. Здатність організовувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність;

ФК 03. Здатність використовувати на практиці основи діючого законодавства в сфері готельного та ресторанного бізнесу та відстежувати зміни;

ФК 06. Здатність проектувати технологічний процес виробництва продукції і послуг та сервісний процес реалізації основних і додаткових послуг у підприємствах (зкладах) готельно-ресторанного та рекреаційного господарства;

ФК 08. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів.

Програмні результати навчання (РН):

РН 10. Розробляти нові послуги (продукцію), використовуючи сучасні технології виробництва та обслуговування споживачів;

РН 16. Виконувати самостійно завдання, розв'язувати задачі і проблеми, застосовувати їх в різних професійних ситуаціях та відповідати за результати своєї діяльності;

РН 18. Презентувати власні проекти і розробки, аргументувати свої пропозиції щодо розвитку бізнесу;

РН 19. Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості;

РН 20. Розуміти вимоги до діяльності за спеціальністю, зумовлені необхідністю забезпечення сталого розвитку України, її зміцнення як демократичної, соціальної, правової держави.

4. Структура навчальної дисципліни (денна форма навчання)

Назви змістових модулів	Кількість годин				
	Усього	У тому числі			
		Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	Консультації
Змістовий модуль I ОСНОВИ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ					
Тема 1. Предмет, значення і завдання курсу. Основні визначення та поняття	13	2	2	8	1
Тема 2. Розвиток та становлення виставкової діяльності в Україні та світі	13	2	2	8	1
Тема 3. Сучасний стан виставкової діяльності в Україні та світі	11	2	2	6	1
Тема 4. Сутність і класифікація виставок і ярмарок	11	2	2	6	1
Тема 5. Виставка в системі інформаційної діяльності та маркетингових комунікацій. Виставки як інструмент продажу	11		2	8	1
Тема 6. Принципи архітектурно-планувальної організації виставкових комплексів	11	2	2	6	1
Змістовий модуль II ВИСТАВКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА					
Тема 1. Загальні умови участі у виставках. Аналіз виставкового ринку та вибір виставок	11	2	2	6	1
Тема 2. Проектування експозиції.	11	2	2	6	1
Тема 3. Інструменти залучення відвідувачів і привернення уваги. Рекламна підтримка участі у виставці.	13	2	2	8	1
Тема 4. Стендовий персонал і виставкова комунікація	11	2	2	6	1
Тема 5. Організація проведення заходів ділової програми виставок	12	2	2	8	-
Тема 6. Організація харчування на виставках та ярмарках	10	2	2	6	-
Змістовий модуль III ПІСЛЯВИСТАВКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА					
Тема 1. Діяльність експонента після закриття виставки	12	2	2	8	-
Тема 2. Оцінка ефективності виставкової діяльності підприємств	11	2	2	6	1
Тема 3. Зарубіжний досвід проведення виставково-ярмаркової діяльності	13	2	2	8	1
Тема 4. Шляхи підвищення ефективності виставково-ярмаркової діяльності	11	2	2	6	1
Тема 5. Використання Інтернет-виставок як інструменту підтримки господарської діяльності підприємств	13	2	2	8	1
Тема 6. Розробка подальшої стратегії виставково-ярмаркової діяльності підприємства	12	2	2	8	
Всього:	210	34	36	126	14

(заочна форма навчання)

Назви змістових модулів	Кількість годин				
	Усього	У тому числі			
		Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	Консультації
Змістовий модуль I ОСНОВИ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ					
Тема 1. Предмет, значення і завдання курсу. Основні визначення та поняття	11		2	8	1
Тема 2. Розвиток та становлення виставкової діяльності в Україні та світі	10			8	2
Тема 3. Сучасний стан виставкової діяльності в Україні та світі	11		2	8	1
Тема 4. Сутність і класифікація виставок і ярмарок	14	2		10	2
Тема 5. Виставка в системі інформаційної діяльності та маркетингових комунікацій. Виставки як інструмент продажу	13		2	10	1
Тема 6. Принципи архітектурно-планувальної організації виставкових комплексів	11	2		8	1
Змістовий модуль II ВИСТАВКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА					
Тема 1. Загальні умови участі у виставках. Аналіз виставкового ринку та вибір виставок	13		2	10	1
Тема 2. Проектування експозиції.	9			8	1
Тема 3. Інструменти залучення відвідувачів і привернення уваги. Рекламна підтримка участі у виставці.	11	2		8	1
Тема 4. Стендовий персонал і виставкова комунікація	11			10	1
Тема 5. Організація проведення заходів ділової програми виставок	12	2		8	2
Тема 6. Організація харчування на виставках та ярмарках	14		2	10	2
Змістовий модуль III ПІСЛЯВИСТАВКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА					
Тема 1. Діяльність експонента після закриття виставки	14	2	2	8	2
Тема 2. Оцінка ефективності виставкової діяльності підприємств	12			10	2
Тема 3. Зарубіжний досвід проведення виставково-ярмаркової діяльності	9			8	1
Тема 4. Шляхи підвищення ефективності виставково-ярмаркової діяльності	9			8	1
Тема 5. Використання Інтернет-виставок як інструменту підтримки господарської діяльності підприємств	14	2		10	2
Тема 6. Розробка подальшої стратегії виставково-ярмаркової діяльності підприємства	12			10	2
Всього:	210	12	12	160	26

5. Завдання для самостійного опрацювання

1. Крім аудиторних занять навчальна програма з дисципліни «Організація виставкової діяльності» передбачає самостійну роботу студентів, яка має на меті формування пізнавальної активності студентів, засвоєння ними основних умінь та навичок роботи з навчальними матеріалами, поглиблення та розширення уже здобутих знань, підвищення рівня організованості студентів тощо.

У процесі самостійної роботи студенти мають оволодіти вміннями та навичками:

- організації самостійної навчальної діяльності;
- самостійної роботи в бібліотеці з каталогами;
- праці з навчальною, навчально-методичною, науковою, науково-популярною літературою;

- конспектування літературних джерел;
- роботи з довідковою літературою;
- опрацювання статистичної інформації; написання рефератів з проблем навчального курсу;
- використання освітніх ресурсів мережі Інтернет.

Студенти повинні вміти раціонально організувати свою навчальну діяльність, важливим є вміння скласти план своєї роботи, чітко визначити її послідовність.

Для успішної самостійної роботи значну частину часу студент має виділяти для роботи у бібліотеках м. Луцька.

У процесі роботи з літературою доцільно робити виписки найважливіших думок і формулювань, класичних визначень та оригінальних тверджень із зазначенням автора та джерела, а також викласти основний зміст у вигляді тез (у конспекті). Конспект має бути стислим викладом основної сутності опрацьованого літературного джерела, змістовним, записаним своїми словами, що сприятиме кращому засвоєнню матеріалу та розвитку творчого мислення.

Для цілісного уявлення про інформаційний і виставковий бізнес студентів необхідно користуватися довідковою літературою: енциклопедіями, галузевими довідниками, стандартами тощо, а також інформаційними ресурсами Інтернет: електронними каталогами бібліотек, повнотекстовими та реферативними базами даних, електронними версіями фахових періодичних видань, веб-сайтами вітчизняних і зарубіжних інформаційних центрів, агентств, виставкових організацій тощо. Робота з матеріалами Інтернет надає можливість отримувати найповнішу інформацію з різних напрямів інформаційного бізнесу та виставкової діяльності, мати повну й об'єктивну інформацію про процеси та тенденції в галузі.

Сутність незнайомих термінів слід з'ясувати за допомогою тлумачних словників, енциклопедій, спеціалізованих довідників. Основні термінологічні визначення необхідно вносити до власного термінологічного словника.

2. Самостійна робота студентів з дисципліни «Організація виставкової діяльності» передбачає вивчення тем, які не були охоплені лекційними та практичними заняттями. Для цього необхідно до теми, яка виносить на самостійне опрацювання, скласти план, підібрати та вивчити джерела за проблематикою роботи, зробити висновки. Виклад матеріалу має бути логічним, послідовним, повністю розкривати тему. У разі потреби слід робити посторінкові посилання. Останнім розділом опрацьованої теми повинні бути висновки, які узагальнять викладений матеріал. До теми має додаватися список використаних джерел, складений відповідно до існуючих вимог.

3. Бажано, щоб кожен студент взяв участь у науково-практичній конференції кафедри туризму та готельного господарства, підготувавши цікаве повідомлення з курсу даного предмета. Важливим є участь в обговоренні актуальних проблем галузі під час проведення на кафедрі круглих столів, зустрічей із провідними фахівцями галузі тощо.

4. Невід'ємною частиною самостійної роботи студентів є систематичне відвідування різноманітних виставкових заходів, музеїв, презентацій інформаційних фірм.

Завдання для самостійної роботи вміщені у темах занять.

Індивідуально-консультативна робота

Індивідуально-консультативна робота здійснюється за графіком індивідуально-консультативної роботи у формі: індивідуальних занять, перевірки виконаних індивідуальних завдань, перевірки та захисту завдань, винесених на поточний контроль тощо.

Формами організації ІКР є:

1. За засвоєнням теоретичного матеріалу:
 - консультації індивідуальні (запитання-відповідь);
 - консультації групові (розгляд типових прикладів - ситуацій).
2. За засвоєнням практичного матеріалу:
 - консультації індивідуальні та групові.

3. Для комплексної оцінки засвоєння програмного матеріалу:
- індивідуальний захист виконаних робіт;
 - підготовка реферату для виступу на (науковому) семінарі;
 - підготовка реферату для виступу на науковій конференції;
 - підготовка індивідуально-дослідного завдання.

Завдання на ІНДЗ

1. Кожному студенту необхідно самостійно здійснити (за областями України) комплексний аналіз ефективності виставкової діяльності готельно-ресторанних і туристичних підприємств.
2. Оформити презентацію.

IV. Політика оцінювання

Політика курсу. **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є одним із компонентів оцінювання, адже дає змогу отримати максимальний бал за усі види робіт.

За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням деканату.

Політика щодо академічної доброчесності: Списування під час іспиту заборонене. Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн опитування та виконання практичних робіт.

У конспектах самопідготовки до семінарських занять необхідно вказувати джерела отримання інформації.

Перескладання (дострокове складання) курсу відбувається з дозволу деканату за наявності поважних причин.

Політика щодо дедлайнів та перескладання: Семінарські та практичні роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (60% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності).

V. Підсумковий контроль

Підсумковий контроль – залік, який проводиться в усній формі і за складання якого студент може отримати максимум 60 балів.

Загальна оцінка підраховується як сума поточного й модульного контролю, або поточного і підсумкового контролю. Оцінка за освоєння курсу виставляється згідно шкали оцінювання.

VI. Шкала оцінювання

Оцінка в балах за всі види навчальної діяльності	Для заліку
90 – 100	Зараховано
82 – 89	
75 - 81	
67 -74	
60 - 66	
1 – 59	Незараховано (з можливістю повторного складання)

VI. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна

1. 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
2. Закон України «Про інформацію» від 02 жовтня 1992 р. №2657-ХІІ: за станом на 03 лютого 2013 р. // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2003. – № 31 – 32. – Ст. 263.
3. 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>
4. Постанова Кабінету Міністрів України «Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні» №1065 від 22.08.2007 [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1065-2007-%D0%BF>
5. 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» №546 від 04.06.2009 р. [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=ZabezpechenniaUchastiVitchiznianikhSubiektivGosporiaduvanniaUMizhnarodnikhVstavkovo-iarmarkovikhZakhodakh>
6. Міжнародний стандарт ISO 25639-1:2008 Exhibitions, shows, fairs and conventions / Виставки, ярмарки, конгреси [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://www.iso.org/standard/43909.html>
7. Овчарек В. Виставкова діяльність в Україні: історичний аспект: навчальний посібник. – Київ, 2010. – 348 с.
8. Від традицій до інновацій: сучасні моделі книжкових виставок : методичні рекомендації / Хмельницька ОУНБ ім. М. Островського. – Хмельницький, 2013. – 24 с.
9. Ковба Ж. М. Книжкові виставки-ярмарки як соціокультурний та ринковий механізми книгорозповсюдження / Ж. М. Ковба, О. М. Барзилович // Технологія і техніка друкарства : збірник наукових праць. – 2010. – Вип. 1(27). – С. 214–221.
10. Пекар В. Основи виставкової діяльності : навчальний посібник / Валерій Пекар. – Київ : Євроіндекс, 2009. – 348 с.

Додаткова

1. Антоненко І. Я. Виставкові діяльність в Україні: стан, проблеми та шляхи їх розв'язання / І. Я. Антоненко, Т. П. Дупляк // Економічний часопис – ХХІ. – 2013. – № 11–12. – С. 74–78.
2. Бабій Л. М. Віртуальна книжкова виставка: нова форма інформаційних ресурсів бібліотеки / Л. М. Бабій // [Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Серія : Бібліотекознавство. Книгознавство.](#) – 2015. – Вип. 4. – С. 272–276.
3. Бессараб А. О. Виставки-ярмарки як складова соціальних комунікацій у видавничій сфері та формування медіакультури / А. О. Бессараб // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. – 2015. – № 4 (24). – С. 131–135.
4. Болдін О. С. Інституційні засади державного регулювання виставково-ярмаркової діяльності / О. С. Болдін // Державне будівництво. – 2009. – № 2. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2009_2_21.

5. Бондаренко В. Віртуальна виставка як дистантна бібліотечна послуга / В. Бондаренко // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. – 2015. – Вип. 41. – С. 467–478.

6. Булахова Г. Виставкова діяльність у рекламній стратегії бібліотек / Г. Булахова // Наукові праці Національної бібліотеки імені В. І. Вернадського. – 2013. – Вип. 35. – С. 556–566.

7. Вдовіченко О. Г. Методичні аспекти організації виставково- ярмаркової діяльності у регіоні / О. Г. Вдовіченко // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2012. – № 4. – С. 259–266.