

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет географічний
Кафедра туризму та готельного господарства

СИЛАБУС
вибіркового освітнього компонента

ОРГАНІЗАЦІЯ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

підготовки	Бакалавр
спеціальності	242 Туризм
освітньо-професійної програми	Туризм

Силабус освітнього компонента «ОРГАНІЗАЦІЯ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ» підготовки першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, галузі знань 24 Сфера обслуговування, спеціальності 242 Туризм, за освітньо-професійною програмою Туризм.

Розробник: Лисюк Тетяна Василівна, кандидат педагогічних наук, доцент.

Погоджено

Гарант освітньо-професійної програми:

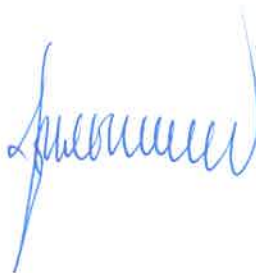


Ільїн Л.В.

Силабус освітнього компонента затверджений на засіданні кафедри туризму та готельного господарства

протокол №1 від 31 серпня 2022 р.

Завідувач кафедри:



Ільїн Л.В.

I. Опис освітнього компонента

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній рівень	Характеристика освітнього компонента
Денна форма навчання	Галузь знань: 24 Сфера обслуговування	Вибірковий
150 год. 5 кредитів	Спеціальність: 242 Туризм	Рік навчання – 4 Семестр – 8 Лекції – 10 год. Практичні – 20 год.
ІНДЗ: немає	Освітня програма: Туризм, перший (бакалаврський) рівень освіти	Самостійна робота – 110 год. Консультації – 10 год. Форма контролю: залік
Мова навчання		українська

II. Інформація про викладача

Викладач	Лисюк Тетяна Василівна
Науковий ступінь	кандидат педагогічних наук
Вчене звання	доцент
Посада	доцент кафедри туризму та готельного господарства
Телефон	+38 0679592264
e-mail	tetiana.0602@gmail.com
Дні занять	http://194.44.187.20/cgi-bin/timetable.cgi

III. Опис освітнього компонента

1. Анотація освітнього компонента

Освітній компонент «Організація виставкової діяльності» передбачає набуття студентами теоретичних і практичних навичок з організації виставкових заходів, поглиблене вивчення наукових підходів принципів і методів організації здійснення виставкової діяльності підприємствами і організаціями різних форм власності, застосування сучасних виставкових технологій, процесу планування і організації участі на виставці, рекламно-комунікаційних методів в роботі стендістів з відвідувачами з оцінкою поставлених перед ними цілей.

2. Пререквізити і постреквізити

Пререквізити: вивчення даного освітнього компонента здобувачі освітньо-професійної програми: «Туризм» розпочинають, прослухавши більшість освітніх компонентів циклу загальної та професійної підготовки.

Постреквізити освітнього компонента. Знання з освітнього компонента «Організація виставкової діяльності» можуть бути використані для подальшого розвитку практичних навичок професійної діяльності фахівців із спеціальності: 242 «Туризм», а також під час написання бакалаврських і магістерських робіт.

3. Мета і завдання освітнього компонента

Метою освітнього компонента є: засвоєння теоретичних знань з організації, планування виставкових заходів, здобуття теоретичних знань із типології виставок, їх організації та проведення, а також набуття практичних навичок щодо вибору виставкового заходу, розробки ефективної програми експонування, оформлення виставкового стенда, комерційної роботи персоналу з відвідувачами, аналізу результатів участі.

Основними завданнями вивчення освітнього компонента «Організація виставкової діяльності» є: теоретична і практична підготовка студентів з питань:

- сутності та ролі виставок у сучасному бізнесі;
- характеристики суб'єктів виставкової діяльності;
- етапів становлення та розвитку виставкового бізнесу в Україні;
- прийняття рішення щодо участі підприємства у виставковому заході;
- організаційного процесу підготовки підприємства у роботі виставки;
- побудови виставкового стенда та його оснащення;
- комерційної роботи на стенді під час виставки;
- організації реклами та зв'язків з громадськістю у виставковому середовищі;
- оцінки ефективності виставкової діяльності фірм учасників та організаторів.

4. Результати навчання (компетентності)

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК 03. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

ЗК 06. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;

ЗК 07. Здатність працювати в міжнародному контексті.

ЗК 08. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.

ЗК 14. Здатність працювати в команді та автономно.

Фахові компетентності (ФК):

ФК 16. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ФК 21. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту.

ФК 24. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал.

ФК 27. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації.

Результати навчання (РН):

РН 7. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.

РН 13. Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей.

РН 21. Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.

5. Структура освітнього компонента

Назви змістових модулів	Кількість годин					
	Усього	У тому числі				
		Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	Консультації	Форма контролю/Бали
Змістовий модуль I						
ОСНОВИ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ						
Тема 1. Предмет, значення і завдання курсу. Основні визначення та поняття	8	2		6		ДС / 2
Тема 2. Розвиток та становлення виставкової діяльності в Україні та світі	9		2	6	1	ДС / 4
Тема 3. Сучасний стан виставкової діяльності в Україні та світі	8	2		6		ДС / 4
Тема 4. Сутність і класифікація виставок і ярмарок	9		2	6	1	ДС / 2

Тема 5. Виставка в системі інформаційної діяльності та маркетингових комунікацій. Виставки як інструмент продажу	8		2	6		ДС / 4
Тема 6. Принципи архітектурно-планувальної організації виставкових комплексів	9		2	6	1	ДС / 2
Контрольна робота 1						Т / 14
Разом за змістовим модулем 1	51	4	8	36	3	32
Змістовий модуль II ВИСТАВКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА						
Тема 1. Загальні умови участі у виставках. Аналіз виставкового ринку та вибір виставок	11	2		8	1	ДС / 4
Тема 2. Проектування експозиції.	8		2	6		К / 2
Тема 3. Інструменти залучення відвідувачів і привернення уваги. Рекламна підтримка участі у виставці.	9		2	6	1	ДС / 4
Тема 4. Стендовий персонал і виставкова комунікація	9		2	6	1	К / 4
Тема 5. Організація проведення заходів ділової програми виставок	8	2		6		ДС / 4
Тема 6. Організація харчування на виставках та ярмарках	6			6		ДС / 2
Контрольна робота 2						Т / 14
Разом за змістовим модулем 2	51	4	6	38	3	34
Змістовий модуль III ПІСЛЯВИСТАВКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА						
Тема 1. Діяльність експонента після закриття виставки	8		2	6		ДС / 4
Тема 2. Оцінка ефективності виставкової діяльності підприємств	9		2	6	1	К / 4
Тема 3. Зарубіжний досвід проведення виставково-ярмаркової діяльності	11	2	2	6	1	ДС / 2
Тема 4. Шляхи підвищення ефективності виставково-ярмаркової діяльності	7			6	1	ДС / 4
Тема 5. Використання Інтернет-виставок як інструменту підтримки господарської діяльності підприємств	7			6	1	ДС / 2
Тема 6. Розробка подальшої стратегії виставково-ярмаркової діяльності підприємства	6			6		ДС / 4
Контрольна робота 3						Т / 14
Разом за змістовим модулем 3	48	2	6	36	4	34
Всього:	150	10	20	110	10	100

*Форма контролю: ДС – дискусія, ДБ – дебати, Т – тести, ТР – тренінг, РЗ/К – розв’язування задач / кейсів, ІНДЗ / ІРС – індивідуальне завдання / індивідуальна робота студента, РМГ – робота в малих групах, МКР / КР – модульна контрольна робота/ контрольна робота, Р – реферат, а також аналітична записка, аналітичне есе, аналіз твору тощо.

6. Завдання для самостійного опрацювання

1. Крім аудиторних занять ОК «Організація виставкової діяльності» передбачає самостійну роботу здобувачів ОП Туризм, яка має на меті формування пізнавальної активності,

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 здобувачі 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 ОК;
- використання освітніх ресурсів мережі Інтернет.

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

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 здобувачам 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'ясовувати за допомогою тлумачних словників, енциклопедій, спеціалізованих довідників. Основні термінологічні визначення необхідно вносити до власного термінологічного словника.

2. Самостійна робота з ОК «Організація виставкової діяльності» здобувачів ОП Туризм передбачає вивчення тем, які не були охоплені лекційними та практичними заняттями. Для цього необхідно до теми, яка виноситься 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. Рекомендовано, щоб кожен здобувач брав участь у науково-практичній конференції кафедри туризму та готельного господарства, підготувавши доповідь з важливих питань організації виставкової діяльності. 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.

Теми для самостійної роботи

1. Концептуальні засади управління виставковим бізнесом
2. Економічне значення та еволюція виставкової діяльності
3. Термінологічний інструментарій виставкового бізнесу
4. Організаційно-економічний механізм управління суб'єктами виставкового бізнесу
5. Методичні основи оцінки ефективності управління суб'єктами виставкового бізнесу

6. Діагностика розвитку виставкового бізнесу в Україні
7. Тенденції розвитку виставкового бізнесу
8. Правове регулювання виставкового бізнесу
9. Оцінка механізмів управління суб'єктами виставкового бізнесу
10. Напрями інноваційного розвитку виставкового бізнесу
11. Інтернет-технології у виставковому бізнесі
12. Інвестиційна привабливість проектів у виставковому бізнесі
13. Методика інтегральної оцінки ефективності діяльності виставкових підприємств
14. Призначення виставок, їх роль в сучасному суспільстві, у професійній сфері діяльності
15. Роль супутніх заходів, що проводяться одночасно з виставками і ярмарками
16. Основні характеристики виставки: їх значення та взаємозв'язок.
17. Ділові та наукові заходи на виставці: цілі та завдання
18. Попередньо-виставкова PR і реклама підприємства
19. Презентація послуг та умов співпраці в рамках виставки
20. Основні позиції виставкової стратегії фірми.
21. Основні заходи на етапі розробки участі у виставці.
22. Методи збору на виставці необхідної інформації про конкуруючі фірми
23. Роль і функції менеджера з виставкової роботи
24. Поширення рекламно-інформаційних матеріалів на виставці поза стендом: цілі та методи
25. Основні результати, які визначають успіх участі фірми у виставці
26. Залучення відвідувачів на стенд компанії: форми і методи
27. Ефективний PR-менеджер стенда: функції і обов'язки
28. Стимулювання і мотивація виставкового персоналу Особливості різних варіантів робочого місця в виставковому павільйоні по відношенню до потоку відвідувачів
29. Організація конференції в програмі виставки і участь в ній.
30. Організація презентації експонента в рамках програми виставки
31. Протокольні норми в спілкуванні з відвідувачами стенда
32. Основні методи виставкової роботи і можливостями, які реалізуються фірмою в виставкових умовах для просування її пропозицій і зміцнення іміджу
33. Інноваційні методи у виставково-ярмаркових технологіях просування турпродуктів до їх потенційним споживачам
34. Ефективна інформаційна та комерційна діяльність у процесі виставки

IV. Політика оцінювання

Політика викладача щодо здобувача освіти

Політика щодо відвідування занять.

Відвідування занять є обов'язковим. Здобувачі зобов'язані дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів робіт передбачених ОК. У разі відсутності через хворобу надати відповідну довідку. Пропущені заняття відпрацьовувати під час консультацій. Здобувач повинен старанно виконувати завдання, брати активну участь у навчальному процесі. Перескладання (дострокове складання) ОК відбувається з дозволу деканату за наявності поважних причин.

Політика щодо академічної доброчесності. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату. Списування під час контрольних робіт та заліку заборонені.

Вимоги до академічної доброчесності визначаються «Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату у науково-дослідній діяльності здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників ВНУ ім. Лесі Українки», що розміщується на сайті університету за посиланням: <https://ra.eenu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/11/Polozhennya-Antyplagiat.pdf>.

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

Політика щодо дедлайнів та перекладання: 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).

Неформальна освіта при викладанні дисципліни

Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті здійснюється відповідно до «Положення про визнання результатів навчання, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті у Волинському національному університеті імені Лесі Українки» (https://ed.vnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/1_%D0%92%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D1%80%D0%B5%D0%B7%D1%83%D0%BB_%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B2_%D0%92%D0%9D%D0%A3_i%D0%BC._%D0%9B.%D0%A3.2_%D1%80%D0%B5%D0%B4.pdf)

Сертифікати участі у майстер-класах (семінарах, курсах тощо) на тематику, яка відповідає темам освітнього компонента, є достатньою підставою для зарахування відповідних тем.

V. Підсумковий контроль

Формою підсумкового контролю є залік.

Рейтинг здобувача з навчальної роботи визначається відповідно до «Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки» (https://ed.vnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/07/Polozh_pro_otzin_%D0%A0%D0%B5%D0%B4_%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%9C%D0%95%D0%94.pdf).

Рейтингову кількість балів здобувача освіти формують бали, отримані за контрольні заходи змістових модулів, які проводяться у формі комп'ютерного тестування (максимум – 14 балів за кожен змістовий модуль, всього 42 бали), виконання завдань практичних робіт тем змістових модулів (максимум – 58 балів).

До контрольного заходу у вигляді комп'ютерного тестування допускаються здобувачі освіти, які опрацювали весь обсяг теоретичного матеріалу, в тому числі і матеріал самостійно, та частково виконали практичні роботи із даного змістового модуля. Завдання комп'ютерного опитування обов'язково включають матеріал, який передбачено до самостійного опрацювання. Тестове завдання кожного контрольного заходу складається з 14 питань. За кожну правильну відповідь студент отримує 1 бал.

Залік – це форма підсумкового контролю, що полягає в оцінці засвоєння здобувачем освіти навчального матеріалу з певного компонента (дисципліни) на підставі результатів виконання всіх видів запланованої навчальної роботи протягом семестру: аудиторної роботи під час лекційних, практичних (семінарських, індивідуальних), лабораторних занять (тощо), самостійної роботи, виконання ІНДЗ, контрольних робіт тощо.

Залік викладач виставляє за результатами поточної роботи за умови, що здобувач освіти виконав ті види навчальної роботи, які визначено силабусом (програмою) ОК.

У випадку, якщо здобувач освіти не відвідував окремі аудиторні заняття (з поважних причин), на консультаціях він має право відпрацювати пропущені заняття та добрати ту кількість балів, яку було визначено на пропущені теми.

У дату складання заліку викладач записує у відомість суму поточних балів, які здобувач освіти набрав під час поточної роботи (шкала від 0 до 100 балів).

У випадку, якщо здобувач освіти протягом поточної роботи набрав менше як 60 балів, він складає залік під час **ліквідації академічної заборгованості**. У цьому випадку бали, набрані під час поточного оцінювання анулюються. Максимальна кількість балів на залік під час ліквідації академічної заборгованості, як правило, 100 балів.

На залік виносяться типові та комплексні завдання, ситуації, що потребують творчої відповіді та уміння синтезувати отримані знання і застосовувати їх під час розв'язання ситуативних завдань.

На залік з освітнього компонента «Організація виставкової діяльності» виноситься комплексне завдання, яке складається з теоретичних питань та ситуативного завдання. Максимальна кількість балів – 100 балів.

**Шкала оцінювання знань здобувачів освіти з освітніх компонентів,
де формою контролю є залік**

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка
90–100	Зараховано
82–89	
75–81	
67–74	
60–66	
1–59	Незараховано (необхідне перескладання)

VI. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна

1. Антонюк Я. М., Шиндировський І. М. Організація виставкової діяльності: навч. посібн. Львів: ЛКА, 2015. 245 с. URL: https://pidruchniki.com/77731/marketing/organizatsiya_vistavkovoyi_diyalnosti (дата звернення 04.02.2022).
2. Бессараб А. О. Виставки-ярмарки як складова соціальних комунікацій у видавничій сфері та формування медіакультури. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2015. № 4 (24). С. 131–135.
3. Дупляк Т.П. Організаційно-правові засади державного регулювання виставкової діяльності в Україні. Ефективна економіка. 2015. № 9. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_9_39 (дата звернення 04.02.2022).
4. Про інформацію: Закон України від 02 жовтня 1992 р. №2657-ХІІ: за станом на 03 лютого 2013 р. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2003. № 31 – 32. Ст. 263. 9. Концепція розвитку виставкової діяльності URL: <https://www.kmu.gov.ua/nras/2319267> (дата звернення 04.02.2022).
5. Міжнародний стандарт ISO 25639-1:2008 Exhibitions, shows, fairs and conventions. URL: <https://www.iso.org/standard/43909.html> (дата звернення 04.02.2022).
6. Овчарек В. Є. Виставковий дизайн: визначення, структура, сфера застосування. Вісник КНУТД. 2015. №2 (84). С. 157–162.
7. Пацалюк К. О. Роль виставки як засобу маркетингових комунікацій. Економіка. Управління. Інновації. 2016. Вип. 1 (16).
8. Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні: Постанова Кабінету Міністрів України №1065 від 22.08.2007. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1065-2007-%D0%BF> (дата звернення 04.02.2022).
9. Виставкова федерація України: Веб сайт. URL: <http://www.expo.org.ua> (дата звернення 04.02.2022).
10. Ткаченко Т.І., Дупляк Т.П. Виставковий бізнес: монографія. Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2016. 244 с. URL: <https://knute.edu.ua/file/MTc=/d2116e05dbe265f4faab2d503db8ba1e.pdf> (дата звернення 04.02.2022).

Додаткова

1. Антонюк Я. М., Шиндировський І. М. Організація виставкової. Львів, 2015. 245 с. 2.
2. Вдовічена О. Г. Перспективи та прогнози розвитку виставково-ярмаркової діяльності в умовах економічної нестабільності: регіональний вимір Актуальні проблеми економіки. Київ, 2015. С.232-242.
3. Лисюк Т.В., Терещук О.С., Мельничук Р.В. Особливості виставкової діяльності туристичних і готельно-ресторанних підприємств. *Вісник ОНУ імені І.І.Мечникова*. Серія Економіка. 2020. Т. 25, Вип. 1(80). С. 148-152
4. Лисюк Т.В., Терещук О.С., Демчук О.А. Інноваційні підходи до використання реклами та PR-технологій в готельно-ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*. 2021. № 28. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-35>
5. Лисюк Т.В., Берегова М.В. PR-технології та реклама у діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Удосконалення механізмів регулювання фінансово-економічної системи: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Львів, 31 липня 2021 р.)*. ГО «Львівська економічна фундація», Львів : ЛЕФ, 2021. С. 33-37
6. Виставкова діяльність в Україні : статистичний бюллетень. Київ : Державна служба статистики України, 2018. 52 с.
7. Ткаченко Т. Виставковий бізнес : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 244 с.
8. П'яницька Г. Т.Перспективи розвитку виставкової діяльності в Україні: кластерний підхід Ефективна економіка. 2016. № 9. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5139> (дата звернення: 13.07.2022).

Інтернет-ресурси

1. Постанова Кабінету Міністрів України «Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні» [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1065-2007-%D0%BF>
2. 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» [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=ZabezpechenniaUchastiVitchiznianikhSubiektivGosporiaduvanniaUMizhnarodnikhVistavkovo-iarmarkovikhZakhodak>
3. 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>
4. Виставкова федерація України: Веб сайт. URL: <http://www.expo.org.ua>.
5. Електронний курс: <https://moodle.vnu.edu.ua/course/view.php?id=1802>