



ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ДЕРЖАВНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ

Система управління якістю
Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти
Сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015
Кафедра менеджменту, маркетингу і міжнародної логістики

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ОРГАНІЗАЦІЯ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ / ORGANIZATION OF
EXHIBITION ACTIVITIES

| | |
|-----------------------------------|--|
| Спеціальність | 073 Менеджмент/ Management |
| Освітня програма | Готельний і ресторанний менеджмент/Hotel and restaurant management |
| Освітній ступінь | молодший бакалавр / junior bachelor |
| Вид дисципліни | вибіркова |
| Семестр | 2-4 |
| Кількість кредитів (годин) | 5 (150) |
| Мова викладання | Українська |
| Форма заключного контролю | Екзамен |

| | |
|-----------------------------------|--|
| Лектор курсу: (e-mail): | Вдовічена Ольга Геннадіївна, к.е.н., доцент olgavdovichena@ ukr.net |
| Вимоги лектора: | Студент зобов'язаний відвідувати всі заняття за розкладом (в тому числі дистанційно, або у змішані формі), не запізнюватися. Працювати з навчальною та додатковою літературою, з літературою на електронних носіях і в Інтернеті. Виконувати та подавати вчасно практичні/індивідуальні завдання. При пропуску лекційних занять з поважної причини лектором проводиться усна співбесіда за темою. |
| Відповідальність лектора: | Головною метою лектора під час викладання дисципліни є створення комфортного та інтерактивного навчально-комунікативного середовища. Протягом семестру заохочується тісне спілкування у формі діалогу, обміну думками та поглядами, конструктивна критика, емоційна співпраця та дискусій. Ми вчимося разом, тому зворотній зв'язок надзвичайно важливий – ваші зауваження та побажання будуть обов'язково враховані і є особливо цінними! Ви можете залишати свої відгуки, а також брати участь в опитуванні в кінці семестру, розраховувати на швидкий та якісний зворотній зв'язок від лектора, покликаний підтримати ваше зростання як фахівців впродовж вивчення дисципліни. |
| Види занять: | Лекції, практичні, самостійна робота. |
| Методи навчання: | Під час навчання можуть бути запропоновані практичні вправи ситуаційні завдання, кейси, вебінари, майстер-класи, індивідуальні завдання, ділові ігри, тести та інші інтерактивні методи навчання. |
| Форми навчання: | Очна серія лекцій, практичних занять (контактні години*); дистанційна (онлайн-діяльність); змішана (контактні години + онлайн-діяльність) Студенти мають змогу отримувати індивідуальні консультації (графік консультацій за посиланням: http://chtei-knteu.cv.ua/ua/student/). |

| | |
|--|---|
| | <p>В рамках неформальної/інформальної освіти здобувачі можуть самостійно, або за рекомендацією викладача опанувати (поглиблювати) знання в розрізі навчальної дисципліни (окремих її тем/змістових частин) із наступним їх зарахуванням, використовуючи загальноновизнані освітні платформи. Назви курсів, навчальні платформи, умови оцінювання узгоджуються з викладачем індивідуально, відповідно до Положення про визнання в ЧТЕІ ДТЕУ результатів навчання, отриманих у неформальній та інформальній освіті: (http://chtei-knteu.cv.ua/ua/diyuchi_polojennya/).</p> <p>Перелік рекомендованих платформ масових відкритих онлайн-курсів доступний на сайті ЧТЕІ ДТЕУ.</p> |
| Матеріальне та технічне забезпечення дисципліни: | <p>Проведення занять очно передбачає: обладнані аудиторії (столи, стільці, мобільні пристрої, мультимедійні засоби, наявність та доступність мережі Інтернет).</p> <p>Проведення занять дистанційно, або у змішаній формі додатково передбачає: наявність ПК (ноутбуку) чи іншого мобільного пристрою, навушників, мікрофону, веб-камери; за потреби, встановлення спеціальних програм/застосунків (сервери веб-конференцій: Zoom, Skype, Big Blue Button, Viber, Telegram, WhatsApp; ресурс дистанційного навчання Moodle; програмне забезпечення Google G Suite for Education (Hangouts Meet, Google Classroom); Microsoft Power Point, Microsoft Office Excel.</p> |
| Доступ до дисципліни: | <p>Реєстрація студента на сервері дистанційного навчання Moodle відкриває доступ до всіх навчально-методичних матеріалів дисципліни. Для реєстрації потрібно написати повідомлення на адресу dist@chtei-knteu.cv.ua, вказати П.І.Б., № групи та дисципліну, до якої потрібний доступ).</p> <p>Під час дистанційного навчання, або навчання у змішаній формі (лекції) заняття проводяться згідно розкладу за посиланням: https://meet.google.com/owj-upbq-kre, або за попередньою домовленістю зі студентами на іншому сервері конференції.</p> |

**Контактні години – передбачають безпосередню взаємодію учасників навчального процесу між собою в аудиторії; онлайн-діяльність – передбачає опосередковану взаємодію учасників навчального процесу між собою та з контентом в аудиторії чи за її межами засобами онлайн-технологій.*

АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

Виставкова діяльність в Україні стає у все більшій мірі самостійним сектором економіки, через який в нашу країну надходять необхідні товари і послуги із-за кордону, надходить на внутрішній ринок найбільш конкурентоздатна продукція вітчизняного виробника і формується значна частина експортного потенціалу. Крім того виставкова діяльність є потужним інструментом для залучення в економіку країни іноземних інвестицій. Безперешкодне розповсюдження ділової інформації, відчутна присутність транснаціональної продукції на міжнародному ринку і активна пропозиція нових товарів в поєднанні з тенденцією уніфікації попиту істотно впливають на політику маркетингу підприємств, відповідно на їх виставкову політику. Виставка може стати двигуном розвитку виробництва і економіки, політичних відносин, а також потужним інструментом маркетингу, реклами, зв'язків із громадськістю.

Під час вивчення дисципліни здобувачі сфокусуються на вивченні теоретико-методологічних основ виставкової діяльності, зможуть досліджувати особливості розвитку та становлення виставкового бізнесу в Україні та світі; розглянуть питання планування та

організації участі підприємств у виставкових заходах, а також напрями комерційної роботи у виставковому середовищі; визначатимуть і зрозуміють сутність маркетингових комунікацій в контексті виставкової діяльності та навчаться використовувати показники оцінки її ефективності в умовах непередбачуваних змін та викликів.

| | |
|---|--|
| <p><i>Яка мета вивчення дисципліни?</i></p> | <p><i>Метою вивчення дисципліни є засвоєння теоретичних знань з організації, планування виставкових заходів, здобуття студентами теоретичних знань із типології торгових ярмарків і 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.</i></p> |
| <p><i>Які цілі вивчення дисципліни?</i></p> | <p><i>Завданням вивчення дисципліни є набуття загальних та фахових компетентностей з розуміння сутності та ролі ярмарків і виставок у сучасному бізнесі, міжнародній торгівлі; вміння досліджувати суб'єктів виставкової діяльності та етапи становлення і розвитку виставкового бізнесу в Україні; прийняття рішення щодо участі підприємства у виставковому заході та організації 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.</i></p> |
| <p><i>Які компетентності формує дисципліна?</i></p> | <p><i>Дисципліна орієнтована на формування таких загальних компетентностей як: здатність застосовувати знання, вміння та навички у практичних ситуаціях в умовах непередбачуваних змін, а також фахових компетентностей: володіти техніками раціональної організації діяльності, сучасними методами планування роботи, ведення документообороту та інформаційно-аналітичного забезпечення системи управління, організації ділових перемовин; демонструвати здатність планувати та організовувати управлінську діяльність менеджерів різних рівнів управління та формування її складових; працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань, нести відповідальність за результати діяльності; розуміти принципи і норми права та використовувати їх у професійній діяльності; здатність демонструвати лідерські якості та поведінкові навички, використовуючи сучасні методи та прийоми налагодження міжкультурних комунікацій, діагностувати причини міжкультурних конфліктів та визначати способи їх вирішення з врахуванням національних і міжкультурних особливостей.</i></p> |
| <p><i>Які результати навчання за дисципліною?</i></p> | <p><i>Вивчення дисципліни дозволить виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, узагальнення показників для обґрунтування ефективних управлінських рішень із застосуванням сучасних методів менеджменту; демонструвати знання та комунікаційні навички взаємодії, лідерства, командної роботи у різних сферах діяльності організації для формування ефективних рішень; сформує здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності; сформує навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, адаптації та дії в нових умовах непередбачуваних змін.</i></p> |
| <p><i>Попередні вимоги</i></p> | <p><i>Для вивчення дисципліни особливі навички не потрібні</i></p> |

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Семестрову кількість балів формують бали отримані в процесі теоретичного засвоєння матеріалу, практичних занять та самостійної роботи впродовж семестру за накопичувальною сумою від 0 до 100 балів за всіма видами робіт, передбачених з даної дисципліни за темами (в тому числі враховуються результати тематичного тестування), а також бали за підсумковий модульний контроль. Студент не допускається до екзамену, якщо семестрова кількість балів, включаючи бали за підсумковий модульний контроль менше за 60 балів. Екзамен проводиться згідно з розробленими та затвердженими білетами, або у формі підсумкового тестування. Оцінка за екзамен виставляється студенту за 100-бальною шкалою.

Вважається, що студент достатньою мірою засвоїв матеріал якщо середня кількість балів за семестровий контроль та екзамен не менше 60. Оцінювання здійснюється за національною шкалою – «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно» та за шкалою ЧТЕІ ДТЕУ.

Шкала переведення балів, отриманих студентом

| | |
|--------|-------------------------------|
| 90-100 | Відмінно /Excellent |
| 75-89 | Добре /Good |
| 60-74 | Задовільно /Sufficient |
| 0-59 | Незадовільно / Failed |

Перескладання будь якого з видів оцінювання та контролю відбувається з дозволу викладача, який забезпечує дисципліну у порядку передбаченому «Положенням про оцінювання результатів навчання студентів у ЧТЕІ ДТЕУ», з яким можна ознайомитись за посиланням: <http://chtei-knteu.cv.ua/ua/student/>. Детальна інформація щодо шкали оцінювання та розподілу балів за кожен вид виконаних робіт наведена у робочій програмі навчальної дисципліни, яку можна знайти на сервері дистанційного навчання Moodle ЧТЕІ ДТЕУ.

ПОЛІТИКА АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Студент повинен дотримуватися правил «Етичного кодексу здобувача вищої освіти ЧТЕІ ДТЕУ» (<http://chtei-knteu.cv.ua/ua/student/>) та «Положення про дотримання академічної доброчесності педагогічними та науково-педагогічними працівниками та здобувачами вищої освіти ЧТЕІ ДТЕУ» (http://chtei-knteu.cv.ua/ua/academ_dobroches/): виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність. Конфліктні ситуації повинні відкрито обговорюватися в навчальних групах з викладачем, а при нерозв'язності конфлікту доводиться до співробітників директорату ЧТЕІ ДТЕУ.

Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації. Списування (копіювання тексту) під час виконання письмових робіт та екзаменів заборонені. Користування мобільними пристроями допускається лише з дозволу викладача під час онлайн-тестування та підготовки практичних завдань. Самостійні роботи у вигляді рефератів, доповідей, презентацій повинні мати коректні текстові посилання на використані інформаційні джерела.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Основний:

1. Вдовічен А.А., Вдовічена О.Г. Організація виставкової діяльності : навчальний посібник. – м. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2018 р. 255 с.
2. Вдовічен А.А., Вдовічена О.Г. Потенціал виставково-ярмаркової діяльності у подоланні регіональних диспропорцій : монографія. – Чернівці: Чернів. торг.-ек. ін-т КНТЕУ. 288 с.
3. Вдовічена О.Г. Виставково-ярмаркова діяльність як фактор соціально-економічного зростання регіону : автореферат дис. канд. екон. наук : 08.00.05. – Ужгород : Ужгород. нац. ун-т, 2012. 22 с.
4. Ткаченко Т.І., Дупляк Т.П. Виставковий бізнес : монографія. – Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2016. 244 с.
5. Пекар В. Основи виставкової діяльності : навч. посіб. Київ : Євроіндекс, 2009. 348 с.

Додатковий

6. Дія . бізнес. Виставки для підприємців.
URL:<https://business.diia.gov.ua/exhibitions> (дата звернення: 28.08.2022).
7. Виставковий бізнес в Україні: інтеграція освіти, науки та практики : зб. наук. праць (спецвипуск) – Київ : Ін-т реклами – 2009. 143 с.
8. Лукашова Л. В. Організація виставкової діяльності : навч. посіб. – Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2009. 372 с.
9. Міжнародний стандарт ISO 25639-1:2008 Exhibitions, shows, fairs and conventions / Виставки, ярмарки, конгрес. URL: <https://www.iso.org/standard/43909.html> (дата звернення 04.08.2021).
10. Пацалюк К. Роль виставки як засобу маркетингових комунікацій. Економіка. Управління. Інновації. 2016. № 1 (16). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2016_1_19 (дата звернення: 28.08.2022).
11. Шанс для України. Що країни отримують від проведення Всесвітньої виставки. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/02/10/696907/> (дата звернення: 28.08.2022).

Інформаційні ресурси мережі Інтернет:

12. Виставкова федерація України. URL: www.expo.org.ua (дата звернення: 28.08.2022).
13. Всесвітня асоціація виставкової індустрії. URL: www.uffi.org (дата звернення: 28.08.2022).
14. Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні. Постанова Кабінету Міністрів України від 22 серпня 2007 р. N 1065 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1065-2007-%D0%BF#Text> (дата звернення: 28.08.2022).
15. Концепція розвитку виставково-ярмаркової діяльності. URL: www.kmu.gov.ua/nras/2319267 (дата звернення: 28.08.2022).

СИЛАБУС ЗА ЗМІСТОМ ВІДПОВІДАЄ РОБОЧІЙ ПРОГРАМІ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.

Детальна інформація щодо тематики лекційних, практичних, занять, самостійної роботи, наведена у робочій програмі навчальної дисципліни, яку можна знайти на сервері дистанційного навчання Moodle ЧТЕІ ДТЕУ.

ПЛАНУВАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

| ВИДИ ЗАНЯТЬ (згідно розкладу) | ФОРМИ НАВЧАННЯ* | |
|---|---|---|
| | Контактні години | Онлайн діяльність |
| | Методи навчання | |
| Лекції (попередня підготовка, подача нової інформації, тренування). | Попереднє опитування; ознайомлення або повторення термінології; очна лекція; презентація нового матеріалу; пошук відповідей на питання; обговорення кейсів, діалог з групою. | Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою; демонстрація короткої промовідео/аудіо інфографіки; відеозапис, аудіо запис; тексти; відео конференція, робота з кейсами в режимі відео конференції. |
| Практичні (тренування, практична робота, оцінювання, рефлексія). | Обговорення; дебати; питання-відповіді; групові виконання завдань; ділові ігри; кейси; усне опитування; виконання практичного завдання; діалог, короткі усні / письмові відповіді на питання; тестування. | Питання для самоперевірки; обговорення (чат, форум); виконання інтерактивних практичних вправ; робота з кейсами; пошук відповідей на питання; індивідуальні та групові завдання (звіт, презентація, проєкт, відеозапис тощо); перегляд фільмів, відеоматеріалів; автоматизоване тестування, усна відповідь (відеозапис) виконання практичного завдання письмова робота. |
| Самостійна робота (оцінювання, рефлексія, зворотній зв'язок). | Групові та індивідуальні консультації, коментарі, запитання та відповіді під час заняття від викладача; демонстрація мультимедійних презентацій; тестування. | Підготовка мультимедійних презентацій, відповіді на питання, що виносяться на самостійне опрацювання, автоматизовані тести для самоконтролю; чат, форум, опитування аудіо-, відео- або текстові повідомлення з коментарем завдання. |
| Підсумковий модульний контроль | Письмове завдання, письмові відповіді на питання; тестування. | Письмове завдання, письмові відповіді на питання з фото, або відео фіксацією; автоматизовані тести. |
| Підсумковий семестровий контроль – екзамен | | |

*Враховано рекомендації МОН щодо впровадження змішаного навчання у закладах фахової передвищої та вищої освіти:
<https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/2020/zmyshene%20navchanny/zmishanenavchannia-bookletspreads-2.pdf>

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

| НАЗВА ТЕМИ | Кількість годин (денна/заочна) | | | | Форми контролю |
|--|--------------------------------|--------|-------------------|-----------------------------|--|
| | Усього годин | з них | | | |
| | | лекції | практичні заняття | самостійна робота студентів | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| <p>Тема 1. Інститут торгових ярмарків і виставок</p> <p>Визначення сутності понять «ярмарок» та «виставка». Періодизація історії розвитку та становлення виставково-ярмаркової діяльності підприємств. Зв'язок виставок і ярмарків з інструментами маркетингу. Роль ярмарків і виставок у комерційній діяльності підприємства. Класифікація ярмарково-виставкових заходів. Роль ринку виставкових послуг і України.</p> | 12/- | 2/- | 2/- | 8/- | Практичні вправи, усне/письмове опитування, ситуаційні та індивідуальні завдання, ділові ігри, тести, презентації індивідуальних завдань, доповіді, самоконтроль тощо. |
| <p>Тема 2. Суб'єкти ярмарково-виставкової діяльності</p> <p>Суб'єкти ярмарково-виставкової діяльності в Україні. Загальні вимоги до проведення ярмарків і виставок. Планування показників ярмарково-виставкової діяльності організатором. Види ярмарково-виставкових послуг, що надають організатори фірмам-експонентам. Провідні оператори ярмарково-виставкового бізнесу на українському ринку.</p> <p>Характеристика сучасних виставкових центрів. Об'єднання у ярмарково-виставковій сфері. Виставкова діяльність торгово-промислових палат. Ризики у ярмарково-виставковій діяльності.</p> | 16/- | 4/- | 4/- | 8/- | |
| <p>Тема 3. Розвиток ярмарково-виставкової діяльності в Україні</p> <p>Основні етапи становлення ярмарково-виставкового бізнесу в Україні. Проблеми ярмарково-виставкового бізнесу в Україні. Напрями розвитку ярмарково-виставкової діяльності в Україні. Фактори, які обумовлюють потребу у виставках в регіонах. Державне регулювання у виставковому середовищі. Характеристика провідних вітчизняних та міжнародних виставкових організацій. Поняття інфраструктури ринку виставкових послуг. Державне регулювання у сфері виставкової діяльності.</p> | 12/- | 2/- | 2/- | 8/- | |

| <p>Тема 4. Прийняття рішення щодо участі підприємства у виставці</p> <p>Учасники виставки-ярмарки, їх права та обов'язки. Цілі експонування фірми на виставці у маркетинговому аспекті. Класифікація цілей участі фірм на виставці у функціональному плані та в аспекті продажу. Критерії вибору виставки-ярмарки. Способи участі експонентів у виставках-ярмарках. Характеристика основних етапів планування виставково-ярмаркових заходів та організаційні особливості на кожному з них. Технологічне забезпечення виставок та ярмарків.</p> | 16/- | 4/- | 4/- | 8/- | |
|--|------|-----|-----|-----|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| <p>Тема 5. Організаційний процес участі підприємства у роботі виставки-ярмарки</p> <p>Етапи підготовки до участі у виставці. Складання бюджету участі фірми на виставці. Прямі та непрямі витрати експонента. Джерела фінансового забезпечення виставково-ярмаркових заходів. Основні статті доходів виставки та ярмарку. Методи планування виставкового бюджету, переваги та недоліки кожного з методів. Документи на участь у виставці. Формування персоналу стенда, його склад. Якості та організаційні обов'язки відповідального за роботу на виставковому стенді фірми-експонента. Проведення інструктажу стендистів фірми-експонента. Принципи підбору зразків товарів на виставку-ярмарок.</p> | 16/- | 4/- | 4/- | 8/- | <p>Практичні вправи, усне/письмове опитування, ситуаційні та індивідуальні завдання, ділові ігри, тести, презентації індивідуальних завдань, доповіді, самоконтроль тощо.</p> |
| <p>Тема 6. Побудова виставкового стенда та його оснащення</p> <p>Поняття про «виставковий стенд» підприємства – учасника Функції виставкового стенда фірми-експонента. Розмір виставкового стенда та його функціональні зони. Типи стендів на виставках і ярмарках та особливості їх розміщення і використання. Основні види обладнання та комплектуючих виставкових стендів. Способи отримання стенда експонентом. Місця розташування стендів у виставковому павільйоні. Основні тенденції у розвитку сучасного виставкового обладнання. Організація виставкового простору.</p> | 17/- | 4/- | 4/- | 9/- | |
| <p>Тема 7. Комерційна робота на виставковому стенді</p> <p>Мотивація відвідування виставки. Відкриття виставки та реєстрація відвідувачів. Типи відвідувачів на виставці. Загальні правила поведінки виставкового персоналу. Способи привернення уваги відвідувачів до стенду. Особливості сприйняття кольорової гами стенда відвідувачами виставки. Особливості обслуговування відвідувачів виставки. Техніка спілкування з відвідувачами на стенді фірми учасника виставки. Збір інформації та вивчення досягнень конкурентів під час виставки. Характеристика окремих прийомів і принципів, що покладені в основу композиційних правил оформлення стенда, особливості їх застосування.</p> | 17/- | 4/- | 4/- | 9/- | |

| | | | | | |
|--|------------|-------------|-------------|-------------|--|
| <p>Тема 8. Реклама та зв'язки з громадськістю у виставковому середовищі</p> <p>Напрями та функції реклами на виставках і ярмарках. Рекламні засоби організатора виставки. Рекламні засоби учасника виставки. Склад громадськості для організатора виставки. Цілі та напрями формування зв'язків з громадськістю на виставковому полі. Функції прес-служби виставки та показники оцінки її роботи. Основні форми зв'язків організаторів виставок та експонентів із засобами масової інформації. Заходи ділової програми у рамках виставки-ярмарки. Конкурси, що проводяться виставковою організацією на виставках і ярмарках.</p> | 14/- | 4/- | 2/- | 8/- | |
| <i>1</i> | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| <p>Тема 9. Ефективність ярмарково-виставкової діяльності</p> <p>Визначення необхідності контролю результатів участі у виставці-ярмарку Оцінка відвідувачів експонентом на виставці. Показники оцінки ефективності участі фірми на виставках. Складання звіту за результатами виставкової участі. Умови та засоби підвищення ефективності виставкової діяльності експонента. Методика оцінки якісного рівня організації виставки-ярмарки. Показники діяльності виставкових організацій. Методика оцінки конкурентоспроможності виставки. Звіт організатора за підсумками виставки Засоби підвищення ефективності виставок та ярмарків організаторами.</p> | 16/- | 4/- | 4/- | 8/- | Практичні вправи, усне/письмове опитування, ситуаційні та індивідуальні завдання, ділові ігри, тести, презентації індивідуальних завдань, доповіді, самоконтроль тощо. |
| <p>Тема 10. Особливості організації виставкових заходів під час карантинних обмежень та військового стану</p> <p>Переорієнтація виставкового бізнесу т адаптація до нових умов. Виставки у діджитал-форматі як перспектива на майбутнє. Правила успішної роботи на віртуальних виставках. Переваги та недоліки онлайн та офлайн форматів проведення виставкових заходів. Виставкові контакти з B2B-покупцями з тих країн, представники яких не можуть прибути на офлайн-виставку. Загрози для виставкового бізнесу під час військового стану.</p> <p>Україна бореться за право проведення ЕХРО у 2030 році. Що це дасть країні і про що свідчить досвід подібних виставок у різних країнах світу?</p> | 12/- | 2/- | 2/- | 8/- | |
| Підсумковий модульний контроль | 2/- | -/- | 2/- | - | Письмове завдання, тести |
| Разом | 150 | 34/- | 34/- | 82/- | |
| Підсумковий семестровий контроль – екзамен | | | | | |