

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю



Проректор з науково-методичної та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

« 11 » 09 2019 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Event практики: Виставкова діяльність

для студентів

Спеціальності *061 Журналістика*
Освітнього рівня *бакалаврський (перший)*
Освітньої програми *061.00.02 Реклама та зв'язки з громадськістю*

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРИНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти

Програма: 1783/19
Жильцов
(підпис) (прізвище, ініціали)

« » 20 19 р.

Київ-2019

Розробники:

Семенюк Катерина Миколаївна, кандидат наук з державного управління, викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Викладачі:

Семенюк Катерина Миколаївна, кандидат наук з державного управління, викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

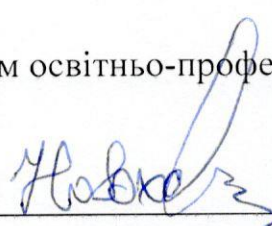
Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол від 29 серпня 2019 року № 1

Завідувач кафедри  Л.М. Новохатько

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з видавничої справи та редагування

_____ 2019 року

Гарант освітньо-професійної програми  Л.М.Новохатько

Робочу програму перевірено

_____ 2019 р.

Заступник директора Інституту журналістики з науково-методичної та навчальної роботи _____

 О. А. Росінська

Пролонговано

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__ 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__ 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__ 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__ 20__ р., протокол № _____

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	вибіркова	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	-
Загальний обсяг кредитів/годин	1/30	-
Курс	3	-
Семестр	5	-
Кількість змістових модулів з розподілом	1	-
Обсяг кредитів	1	-
Обсяг годин, в тому числі:	16	-
Аудиторні	14	-
Модульний контроль	2	-
Семестровий контроль	-	-
Самостійна робота	14	-
Форма семестрового контролю	-	-

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни «**Event практики: Виставкова діяльність**» є сформувати у студентів базові знання в галузі виставкової діяльності, опанування студентами необхідних теоретичних основ, методики і практичних навичок щодо організації, підготовки та проведення виставкових заходів, специфіку організації експозиції, методи роботи з аудиторією виставки.

Завдання дисципліни полягають в отриманні студентами знань в сфері організації виставкової діяльності; вивчення комплексу прийомів організації виставкової діяльності; вивчити специфіку організації експозиції, методи роботи з аудиторією; ознайомитись із підходами підвищення ефективності виставкової діяльності та ін.

Виконання завдань навчальної дисципліни спрямоване на формування додаткових фахових компетентності спеціалізації «Сучасні івент-практики»:

- **ДФК-1** - Знання основ івентології. Володіння креативними технологіями в організації й проведенні спеціальних заходів, сценарною майстерністю, режисурою постановки різних форм event-практик в рамках виставкової діяльності.

3. Результати навчання за дисципліною

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати:

- методологію організації виставки
- основні принципи організації виставки;

- класифікацію виставок.

вміти:

- визначити концепцію виставки;
- скласти прес-реліз виставки;
- побудувати експозицію;
- оформити експонати.

4. Структура навчальної дисципліни Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					Самостійна
		Аудиторна:					
		Лекції	Семінари	Практичні	Модульний контроль		
Змістовий модуль 1. Понятійний апарат сучасної виставкової діяльності							
Історія виставково-ярмаркової діяльності	4	2					2
Виставково-ярмаркова діяльність як форма бізнесу: цілі, функції та завдання	4	2					2
Основи організації основного виставкового процесу	4		2				2
Міжнародна класифікація виставок. Типи виставок в Україні	4	2					2
Планування виставкової діяльності підприємства. Підготовка до участі у виставці	4			2			2
Інструменти залучення відвідувачів і привертання уваги. Виставкова комунікація	4			2			2
Проектна робота. Організація виставки на вибір студентів	4			2			2
Модульний контроль	2				2		
<i>Усього</i>	30	6	2	6	2		14

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Понятійний апарат сучасної виставкової діяльності

Тема 1. Історія виставково-ярмаркової діяльності.

Стародавній світ. Середньовіччя та початок нового часу. Новий час – виставки як нове обличчя ярмарків. Сучасний стан виставкової діяльності: проблеми та шляхи їх розв'язання. Основи державної політики у сфері виставкової діяльності.

Тема 2. Виставково-ярмаркова діяльність як форма бізнесу: цілі, функції та завдання. Реорганізація виставково-ярмаркової діяльності в умовах ринкової економіки: функції, цілі, організаційні засади, формування комерційних завдань та освоєння ринку. Взаємозв'язок та вплив виставкової індустрії на розвиток рекламно-інформаційної галузі.

Тема 3. Міжнародна класифікація виставок. Типи виставок в Україні.

Сучасний ринок виставково-ярмаркових послуг в Україні, його характеристика та перспективи. Класифікація виставкових заходів: за тематикою (універсальні, спеціалізовані, галузеві), за ознакою безпосереднього продажу (виставки, ярмарки), за цільовою аудиторією (професійні, споживчі), за статусом (місцеві, регіональні, міжрегіональні, національні, іноземні, міжнародні, всесвітні), за періодичністю, за джерелами фінансування тощо. Поняття про демонстраційні, контрактні виставки та виставки-шоу. Класифікатор виставок і ярмарків за тематикою Всесвітньої асоціації виставкової індустрії (UFI, 1995 р.)

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1			
		кількість одиниць	максимальна кількість балів		
Відвідування лекцій	1	3	3		
Відвідування семінарських занять	1	1	1		
Відвідування на практичному занятті	1	3	3		
Робота на семінарському занятті	10	1	10		
Робота на практичному занятті	10	3	30		
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10		
Виконання модульної роботи	25	1	25		
Виконання ІНДЗ					
<i>Разом</i>			82		
Максимальна кількість балів	82				
Розрахунок коефіцієнта		Розрахунок: $82:100=0,82$ Приклад: Студент набрав 72 бала Оцінка: $72:0,82 = 88$ балів			

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Завдання 1. Оберіть певне українське місто, яке ви знаєте, та дайте стисло характеристику виставкової діяльності в цьому місті. Користуйтеся відкритими джерелами (зокрема, Інтернетом). Що можна зробити для подальшого розвитку

виставкової діяльності в цьому місті?

Завдання 2. Вивчіть конкретну виставку з близькою вам тематикою на основі її каталогу та веб-сайту. Який формат виставки, її масштаб? Дайте стислу характеристику складу учасників виставки. Дайте стислу характеристику складу відвідувачів. Уявіть себе одним із учасників. Які власні завдання ви могли б вирішити на цій виставці? Уявіть себе одним із відвідувачів. Які власні завдання ви могли б вирішити на цій виставці?

Оцінювання самостійної роботи здійснюється за такими *критеріями*:

1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;

2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;

3) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;

4) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань, винесених для самостійного опрацювання, і завдань, винесених на розгляд в аудиторії;

5) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і під час виступів в аудиторії, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється самостійно кожним студентом в електронному вигляді і прикріплюється до електронного курсу або здаються в роздрукованому вигляді.

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Оцінюється за виконання завдань у формі, зазначеній викладачем робочій програмі. *Форми* модульного контролю – проведення модульних робіт, що передбачають вирішення творчих завдань, ситуативних задач, самостійне створення документів тощо.

Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 1, виконання кожної роботи є обов'язковим.

Модульна контрольна робота № 1

Приклади завдань

Організація книжкової виставки.

Студенти мають розробити проект виставки, тематика обирається на розсуд студента.

Під час розробки проекту студенти мають планувати діяльність за таким планом:

1. Вибір виставки (формат, масштаб).
2. Проаналізувати запланований фонд учасників для виставки.
3. Чи врахований досвід (позитивний і негативний) організації / спостереження під час відвідування попередньої виставки.

4. Запланована цільова аудиторія.
5. Чи відповідає термін проведення виставки особливостям ділового циклу закладу.
6. Проектування експозиції.
7. Рекламна кампанія (розробка рекламно-інформаційних матеріалів, підготовка персоналу, вибір різних форм активності на виставці).

Після розробленого проекту, студентам слід дати відповіді на такі питання:
Яке значення має ця виставка для організаторів?

Що ви хочете на цій виставці показати?

Хто є цільовою аудиторією?

Чим виставка може виявитися привабливою для аудиторії?

Після відповідей слід перевірити, чи не допущені типові помилки, яких допускають при підготовці до виставки:

1. Не врахований характер виставки.
2. Не визначені цілі виставки.
3. Не визначено критерії досягнення цілей.
4. Відсутнє попереднє планування.
5. Неправильно врахований розмір стенду, оформлення стенду не відповідає поставленим завданням.
6. Недостатньо роздавальних матеріалів для відвідувачів.
7. Не розіслано запрошення потенційним відвідувачам.
8. Неправильно підібрані стендисти.
9. У плані не передбачений зворотній зв'язок із відвідувачами після виставки.

Результати презентувати у вигляді файлу Microsoft Word/PowerPoint.

Критерії оцінювання:

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- 2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- 3) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- 4) уміння наводити приклади з практики маркетингу у видавничій галузі, ілюструвати теоретичні положення практичними прикладами;
- 5) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань;
- 6) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмовій роботі, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.
- 7) повнота відповіді на питання, якість і самостійність виконання завдання; творчий підхід й ініціативність у виконанні завдання.

При оцінюванні модульної контрольної роботи враховується обсяг і правильність виконаних завдань. Правильне виконання всіх завдань оцінюється

максимально у 25 балів.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Семестровий контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль включає бали за поточну роботу студента на семінарських заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу.

6.5. Орієнтований перелік питань для семестрового контролю

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

8. Рекомендована література

Основна:

1. Пекар В. Основи виставкової діяльності : навчальний посібник / Валерій Пекар. – Київ : Євроіндекс, 2009. – 348 с.
2. Від традицій до інновацій: сучасні моделі книжкових виставок : методичні рекомендації / Хмельницька ОУНБ ім. М. Островського. – Хмельницький, 2013. – 24 с.
3. 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.
4. Микитин Т. Книжкові виставки і ярмарки як показник книжкової культури (на прикладі Форуму видавців у Львові) / Т. Микитин // Записки Львівської національної наукової бібліотеки України імені В. Стефаника. – 2008. – № 1. – С. 612–621.
5. Микитин Т. І. Книжкові виставки і ярмарки в Україні у системі пропагування книги та читання / Т. І. Микитин // Поліграфі і видавнича справа. – 2011. – № 2 (54). – С. 59–64.
6. Микитин Т. Книжкові виставки-ярмарки у контексті міжнародного культурного обміну / Т. Микитин // Україна ХХ століття: культура, ідеологія, політика. – 2015. – Вип. 20. – С. 166–172.

Додаткова:

7. Антоненко І. Я. Виставкові діяльність в Україні: стан, проблеми та шляхи їх розв'язання / І. Я. Антоненко, Т. П. Дупляк // Економічний часопис–XXI. – 2013. – № 11–12. – С. 74–78.
8. 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.
9. 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.
10. Болдін О. С. Інституційні засади державного регулювання виставковоярмаркової діяльності / О. С. Болдін // Державне будівництво. – 2009. – № 2. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVu_2009_2_21.
11. 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.
12. Булахова Г. Виставкова діяльність у рекламній стратегії бібліотек / Г. Булахова // Наукові праці Національної бібліотеки імені В. І. Вернадського. – 2013. – Вип. 35. – С. 556–566.
13. Вдовіченко О. Г. Методичні аспекти організації виставковоярмаркової діяльності у регіоні / О. Г. Вдовіченко // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2012. – № 4. – С. 259–266.
14. Косенко О. П. Виставка як ефективний засіб маркетингової діяльності підприємства / О. П. Косенко, В. Д. Балишева // Вісник НТУ «ХП». – 2014. – № 32 (1075). – С. 188–193.
15. Мікловда В. П. Аналіз сучасного стану виставко-ярмаркової діяльності в регіонах України / В. П. Мікловда, О. Г. Вдовічена // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – 2012. – Вип. 1. – С. 104–113.
16. Могилевський В. Особливість виставки: синтез мистецтв / В. Могилевський // Художня культура. Актуальні проблеми. – 2008. – Вип. 5. – С. 641–644.
17. Овчарук В. Є. Виставковий дизайн: визначення, структура, сфера застосування / В. Є. Овчарук // Вісник КНУТД. – 2015. – №2 (84). – С. 157–162.
18. Пацалюк К. О. Роль виставки як засобу маркетингових комунікацій / К. О. Пацалюк // Економіка. Управління. Інновації. – 2016. – Вип. 1 (16).
19. Резвухіна Л. О. Виставка як складова ринку послуг / Л. О. Резвухіна // Культура і мистецтво у сучасному світі. – 2010. – Вип. 11. – С. 182–186.
20. Резвухіна Л. О. Сучасні виставки як дієвий засіб комунікації: теорія та практика в Україні / Л. О. Резвухіна // Вісник ХДАК. – 2010. – Вип. 30.
21. Северин В. Д. Виставкова справа в Україні / В. Д. Северин // Вісник ХДАДМ. Мистецтво. Архитектура. – 2012. – №5. – С. 17–20.
22. Соколов В. Особливості бібліотечно-музейної виставкової діяльності /

- В. Соколов // Бібліотечний вісник. – 2015. – №3 (227). – С. 37–42.
23. Сюрко Л. Є. Оцінка ефективності виставкової діяльності / Л. Є. Сюрко // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2011. – Вип. 2 (42). – С. 343–347.
24. Сюрко Л. Є. Аналіз конкурентоспроможності виставкових послуг та мінімізація ризиків / Л. Є. Сюрко // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. – Вип. 4 (51). – С. 152–159.
25. Сюрко Л. Є. Проблемні питання аналізу виставкової діяльності у сучасних умовах / Л. Є. Сюрко // Вісник соціально-економічних досліджень ОДЕУ – 2009. – № 35. – С. 275–280.
26. Туровська Л. Електронна виставка як комунікаційна модель діяльності наукової бібліотеки / Л. Туровська, І. Смоляр // Вісник Книжкової палати. – 2015. – № 3. – С. 29–31.

7. Навчально-методична карта дисципліни «Промоція малого та середнього бізнесу»

Разом: 30 год., лекції – 6 год., практичні заняття – 6 год., семінарські заняття – 2 год., самостійна робота – 14 год., МКР – 2 год., семестровий контроль – залік

Тижень	I	II	III	IV	V	VI
Модулі	Змістовий модуль I					
Назва модуля	Понятійний апарат сучасної виставкової діяльності					
Кількість балів за модуль	82 бали					
Лекції	відвідування – 3 б.					
Теми лекцій	Історія виставково-ярмаркової діяльності - 1 б.	Виставково-ярмаркова діяльність як форма бізнесу: цілі, функції та завдання - 1 б.	Міжнародна класифікація виставок. Типи виставок в Україні. - 1 б.			
Теми практичних занять	Планування виставкової діяльності підприємства. - 1+10 б.	Участі у виставці Інструменти залучення привертання уваги. Виставкова комунікація - 1+10 б.	Організація виставки на вибір студентів - 1+10 б.			
Семінарське заняття	1 + 10 б.					
Самостійна робота	10 б.					
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 – 25 б.					
Підсумковий контроль						