

Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи  
О. Б. Жильцов  
« 30 » 09 2020 року



## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Event практики: Виставкова діяльність

#### для студентів

|                    |                                                      |
|--------------------|------------------------------------------------------|
| Спеціальності      | <i>061 Журналістика</i>                              |
| Освітнього рівня   | <i>першого (бакалаврського)</i>                      |
| Освітньої програми | <i>061.00.02 "Реклама і зв'язки з громадськістю"</i> |



Київ-2020

**Розробник:**

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

**Викладач:**

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 № 6 від 27 грудня 2019 року

Завідувач кафедри  Л. М. Новохатько

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з реклами і зв'язків з громадськістю

27 12 2019 року

Гарант освітньо-професійної програми  Л. М. Новохатько

Робочу програму перевірено

\_\_\_\_\_ 20\_\_ 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           | 3/90                                          | -      |
| Курс                                     | 3                                             | -      |
| Семестр                                  | 6                                             | -      |
| Кількість змістових модулів з розподілом | 3                                             | -      |
| Обсяг кредитів                           | 3                                             | -      |
| Обсяг годин, в тому числі:               | 90                                            | -      |
| Аудиторні                                | 42                                            | -      |
| Модульний контроль                       | 6                                             | -      |
| Семестровий контроль                     | 10                                            | -      |
| Самостійна робота                        | 32                                            | -      |
| Форма семестрового контролю              | -                                             | -      |

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Мета** навчальної дисципліни «Event практики: Виставкова діяльність» - 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 передбачають такі процеси:

- вивчення комплексу прийомів організації виставкової діяльності;
- засвоєння специфіки організації експозиції;
- опанування методами роботи з аудиторією;
- засвоєння підходів підвищення ефективності виставкової діяльності.

## 3. Результати навчання за дисципліною

У результаті вивчення дисципліни ««Event практики: Виставкова діяльність»» студент здобуде наступні додаткові фахові компетентності.

*Додаткові фахові компетентності:*

ДФК-1 Для спеціалізації «Сучасні івент-практики». Знання основ івентології. Володіння креативними технологіями в організації й проведенні спеціальних заходів, сценарною майстерністю, режисурою постановки різних форм event-практик

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати:

- методологію організації виставки

- основні принципи організації виставки;
- класифікацію виставок.

вміти:

- розробляти концепцію виставки;
- складати прес-реліз виставки;
- побудувати експозицію;
- оформити експонати;
- проводити оцінку ефективності виставки.



#### 4. Структура навчальної дисципліни

##### Тематичний план для денної форми навчання

| Назви змістових модулів і тем                                                                          | Усього    | Розподіл годин між видами робіт |          |           |                    |  |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------------------------|----------|-----------|--------------------|--|------------|
|                                                                                                        |           | Аудиторна:                      |          |           |                    |  | Самостійна |
|                                                                                                        |           | Лекції                          | Семінари | Практичні | Модульний контроль |  |            |
| <b>Змістовий модуль 2. Основи організації основного виставкового процесу</b>                           |           |                                 |          |           |                    |  |            |
| Організаційні форми виставкової діяльності                                                             | 7         | 2                               |          | 2         |                    |  | 3          |
| Виставка в системі інформаційної діяльності та маркетингових комунікацій.                              | 7         | 2                               | 2        |           |                    |  | 3          |
| Структура та основні елементи виставкової індустрії                                                    | 8         | 2                               |          | 2         |                    |  | 4          |
| Суб'єкти виставкової діяльності. Виставкова статистика                                                 | 7         | 2                               |          | 2         |                    |  | 3          |
| Модульний контроль                                                                                     | 2         |                                 |          |           | 2                  |  |            |
| <b>Всього за модуль 1</b>                                                                              | <b>31</b> | <b>8</b>                        | <b>2</b> | <b>6</b>  | <b>2</b>           |  | <b>13</b>  |
| <b>Змістовний модуль 3. Основи управління якістю у виставковому процесі</b>                            |           |                                 |          |           |                    |  |            |
| Технічне обслуговування основних та допоміжних засобів виставкової організації                         | 7         | 2                               |          |           |                    |  | 3          |
| Технічна підготовка виробництва виставкового процесу. Проектно-конструкторські розробки                | 7         | 2                               |          | 2         |                    |  | 3          |
| Особливості підготовки зразків товарів і послуг для виставки                                           | 7         | 2                               | 2        |           |                    |  | 3          |
| Планування виставкової діяльності підприємства                                                         | 7         | 2                               |          | 2         |                    |  | 3          |
| Інструменти залучення відвідувачів виставки та привернення уваги. Рекламна підтримка участі у виставці | 7         | 2                               |          | 2         |                    |  | 3          |
| Модульний контроль                                                                                     | 2         |                                 |          |           | 2                  |  |            |
| <b>Всього за модуль 2</b>                                                                              | <b>37</b> | <b>10</b>                       | <b>2</b> | <b>6</b>  | <b>2</b>           |  | <b>15</b>  |
| <b>Змістовний модуль 4. Післявиставковий маркетинг. Оцінка ефективності виставки.</b>                  |           |                                 |          |           |                    |  |            |
| Післявиставковий етап                                                                                  | 6         | 2                               |          | 2         |                    |  | 2          |
| Виставково-ярмаркова діяльність підприємства на зарубіжних ринках                                      | 6         | 2                               | 2        |           |                    |  | 2          |
| Модульний контроль                                                                                     | 2         |                                 |          |           | 2                  |  |            |
| <b>Всього за модуль 3</b>                                                                              | <b>14</b> | <b>4</b>                        | <b>2</b> | <b>2</b>  | <b>2</b>           |  | <b>4</b>   |
| <b>Усього</b>                                                                                          | <b>90</b> | <b>22</b>                       | <b>6</b> | <b>14</b> | <b>6</b>           |  | <b>32</b>  |

## 5. Програма навчальної дисципліни

### Змістовий модуль 2. Основи організації основного виставкового процесу

**Тема 1.** Організаційні форми виставкової діяльності: у просторі – міські, обласні, республіканські, міжнародні; у часі – тимчасові, постійно-діючі; по спеціалізації – тематичні, галузеві, міжгалузеві. Організація представлення товарів, послуг. Індивідуальне та колективне представлення експонатів. Організація процесу виставлення товарів і послуг під час демонстрування

**Тема 2.** Виставка в системі інформаційної діяльності та маркетингових комунікацій. Виставки як інструмент продажу.

Визначення мети участі у виставці та критеріїв досягнення. Продаж як основна мета виставкової діяльності. Система маркетингових комунікацій у виставковій індустрії. Управління відносинами з клієнтами, вивчення ринку, зв'язків з громадськістю тощо. Виставки як інструмент стратегії CRM.

**Тема 3.** Структура та основні елементи виставкової індустрії.

Виставкова діяльність як галузь економіки. Діяльність виставкових центрів та забудовників виставок. Міжнародні та національні виставкові асоціації. Конкуренція та співробітництво у виставковій індустрії.

**Тема 4.** Суб'єкти виставкової діяльності. Виставкова статистика.

Визначення організатора, учасника та відвідувача виставки. Розрахунок виставкової площі, аудит виставкової статистики.

### Змістовний модуль 3. Основи управління якістю у виставковому процесі

**Тема 5.** Технічне обслуговування основних та допоміжних засобів виставкової організації: транспортне обслуговування, складське обслуговування.

**Тема 6.** Технічна підготовка виробництва виставкового процесу. Проектно-конструкторські розробки. Розподіл експонатів: розробка плану участі у виставці, вибір об'єктів, розміщення, обслуговування та робота по закінченню виставкового процесу. Технічні моменти: заванесення, розміщення, демонстрування, демонтування та повертання

**Тема 7.** Особливості підготовки зразків товарів і послуг для виставки. Управління якістю виставкового процесу учасників виставки. Управління якістю послуг які надаються виставковою організацією

**Тема 8.** Планування виставкової діяльності підприємства. Аналіз виставкового ринку та вибір виставок. Класифікація виставок за статусами.

Вивчення виставкового ринку. Формат та масштаб виставок. Розмір,



розташування та тип виставкових площ. Складання кошторису витрат. Бюджетування виставкового обладнання.

**Тема 9.** Інструменти залучення відвідувачів і привернення уваги. Рекламна підтримка участі у виставці. Рекламна підтримка участі у виставці. Реклама у ЗМІ та Інтернеті, створення каталогу виставки. Спонсорство і бренд-програми. Проведення промо-акцій та маркетингових досліджень на виставці.

#### **Змістовний модуль 4. Післявиставковий маркетинг. Оцінка ефективності виставки.**

**Тема 10.** Контакт з клієнтами після виставки, підбиття підсумків та результатів виставкових заходів, оцінка їх ефективності. Врахування зауважень, плюсів та мінусів.

**Тема 11.** Виставково-ярмаркова діяльність підприємства на зарубіжних ринках. Віртуальні виставки.

### **6. Контроль навчальних досягнень**

#### **6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів**

| Вид діяльності студента                  | Максимальна к-сть балів за одиницю                                                      | Модуль 2          |                             | Модуль 3          |                             | Модуль 4          |                             |
|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------------|-------------------|-----------------------------|-------------------|-----------------------------|
|                                          |                                                                                         | кількість одиниць | максимальна кількість балів | кількість одиниць | максимальна кількість балів | кількість одиниць | максимальна кількість балів |
| Відвідування лекцій                      | 1                                                                                       | 4                 | 4                           | 5                 | 5                           | 2                 | 2                           |
| Відвідування семінарських занять         | 1                                                                                       | 1                 | 1                           | 1                 | 1                           | 1                 | 1                           |
| Відвідування на практичному занятті      | 1                                                                                       | 3                 | 3                           | 3                 | 3                           | 1                 | 1                           |
| Робота на семінарському занятті          | 10                                                                                      | 1                 | 10                          | 1                 | 10                          | 1                 | 10                          |
| Робота на практичному занятті            | 10                                                                                      | 3                 | 30                          | 3                 | 30                          | 1                 | 10                          |
| Виконання завдань для самостійної роботи | 5                                                                                       | 2                 | 10                          | 2                 | 10                          | 1                 | 5                           |
| Виконання модульної роботи               | 25                                                                                      | 1                 | 25                          | 1                 | 25                          | 1                 | 25                          |
| <b>Разом</b>                             | <b>190</b>                                                                              |                   | <b>83</b>                   |                   | <b>84</b>                   |                   | <b>54</b>                   |
| Максимальна кількість балів              | 190                                                                                     |                   |                             |                   |                             |                   |                             |
| Розрахунок коефіцієнта                   | Розрахунок коефіцієнту:<br>$(221 \text{ бал} + \text{кількість балів за 5 сем}) : 60 =$ |                   |                             |                   |                             |                   |                             |

#### **6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання**

Підготувати презентації з практичними прикладами, що розкривають такі теми на вибір:

#### **Змістовний модуль 2:**

1. Сутність та значення виставкової діяльності у процесі промоції.

2. Організація виставкового процесу у просторі та часі, як це відбувається на прикладах відомих компаній.
3. Технічна підготовка експонатів для показу на виставках.
4. Технологічна підготовка основного виставкового процесу.

### **Змістовний модуль 3:**

1. Організація процесу представлення товарів і послуг під час демонстрування.
2. Технічне обслуговування основних засобів організатором виставки.
3. Організація транспортування експонатів.
4. Організація складування та зберігання експонатів.
5. Перспективне та оперативно-поточне планування виставкової діяльності.
6. Робота стендиста на виставці.
7. Виставка як метод публіцистики.
8. Планування грошових витрат у виставковому процесі.
9. Оперативне управління ефективністю виставкової діяльності.
10. Виставковий стенд в організаційному процесі виставки.
11. Виставка в рамках комплексу маркетингу.
12. Особливості роботи персоналу на виставці зі ЗМІ.

### **Змістовний модуль 4:**

1. Опишіть поняття виставкова логістика.
2. Визначення виставкових логістичних витрат та необхідності їх оптимізації.
3. Дослідження взаємозв'язку інтересів учасників виставкового процесу.
4. Визначення загальних критеріїв оцінки ефективності виставкової діяльності.
5. Аналіз методичних підходів та надання рекомендацій щодо оцінки ефективності участі експонента у виставці.
6. Аналіз міжнародних вимог та оцінка механізму визначення економічної ефективності виставкової діяльності для організаторів виставки.

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 завиконання завдань у формі, зазначеній викладачем робочій програмі. В процесі проведення контрольних робіт студенти демонструють здатність до засвоєння викладеного теоретично та практичного матеріалу, самостійного опрацювання та вивчення теоретичного матеріалу з літературних джерел, а також вміння чітко і логічно викладати свої думки у письмовій формі.

Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 3, виконання кожної роботи є обов'язковим.

### *Орієнтовні завдання для модульних контрольних робіт*

#### **Змістовний модуль 2**

1. Дайте визначення Торгово-промисловим виставкам та торговим ярмаркам та опишіть їх особливості.

2. Виставка як інструмент реклами – визначте його основні переваги та недоліки.

3. Опишіть основні завдання виставок та ярмарок в контексті промоціювання продукту/бренду.

4. Як відбувається процедура реєстрації й оформлення участі у виставці.

5. Розкрийте значення понять «Конкуренція та співробітництво у виставковій індустрії».

6. Як відбувається розрахунок виставкової площі, аудит виставкової статистики при проведенні планування участі у виставці?

#### **Змістовний модуль 3**

I. Теоретична частина. Дати відповіді на запитання:

1. Наведіть типи експозиції виставки.

2. Визначити специфіку впливу освітлення та кольору на сприйняття відвідувачами стенду та доречність їх використання щодо типу виставки, формату участі та конкретного продукту бренду.

3. Визначення та використання поняття «Етикетаж».

4. Які додаткові джерела інформації (інформаційні кошики тощо) доречні у застосуванні при роботі стенду.

II. Практична частина:

Проаналізувати експозицію тимчасової виставки відповідно до вищезазначених питань (на вибір студента)

#### **Змістовний модуль 4**

1. Після виставковий період: як відбувається процес обробки даних відвідувачів стенду, які методи застосовують, які дані слід зазначати і методи аналітики цих даних використовувати й для яких цілей?

2. Опишіть особливості організації участі компанії у Міжнародних зарубіжних виставках в контексті планування, оцінці ефективності та економічній доцільності такої участі.

3. Опишіть особливості віртуальної участі у зарубіжних виставках, які фактори слід врахувати.

4. Виділіть критерії вибору виставок, що використовують при прийнятті рішення про участь у виставковому заході, в тому числі й в контексті міжнародного формату.

*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, практичних заняттях, виконання самостійних робіт, модульних контрольних робіт.

#### **6.5. 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            |



## 7. 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–ХХІ. – 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 виставково-ярмаркової діяльності / О. С. Болдін // Державне будівництво. – 2009. – № 2. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu\\_2009\\_2\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_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 виставково-ярмаркової 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 «ХПІ». – 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. Овчарек В. Є. Виставковий дизайн: визначення, структура, сфера застосування / В. Є. Овчарек // 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 «Event практики: Виставкова діяльність»

Разом: 90 год., лекції – 22 год., практичні заняття – 14 год., семінарські заняття – 6 год., самостійна робота – 32 год., МКР – 6 год., семестровий контроль – 10 год.

| Модулі                    | Змістовий модуль I                                                                       |                                                                                  |                                                                 |                                                                 | Змістовий модуль II                                                        |                                                                 |                                                                 |                                                                 | Змістовий модуль III                                               |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| Назва модуля              | Основи організації основного виставкового процесу                                        |                                                                                  |                                                                 |                                                                 | Основи управління якістю у виставковому процесі                            |                                                                 |                                                                 |                                                                 | Післявиставковий маркетинг. Оцінка ефективності виставки.          |
| Кількість балів за модуль | 83                                                                                       |                                                                                  |                                                                 |                                                                 | 84                                                                         |                                                                 |                                                                 |                                                                 | 54                                                                 |
| Лекції                    | відвідування – 4 б.                                                                      |                                                                                  |                                                                 |                                                                 | відвідування – 5 б.                                                        |                                                                 |                                                                 |                                                                 | відвідування – 2 б.                                                |
| Теми лекцій               | Організаційні форми виставкової діяльності – 1 б.                                        | Виставка в системі інформаційної діяльності та маркетингових комунікацій. – 1 б. | Структура та основні елементи виставкової індустрії. – 1 б.     | Структура та основні елементи виставкової діяльності. – 1 б.    | Суб'єкти виставкової діяльності. – 1 б.                                    | Суб'єкти виставкової діяльності. – 1 б.                         | Суб'єкти виставкової діяльності. – 1 б.                         | Суб'єкти виставкової діяльності. – 1 б.                         | Виставково-ярмаркова діяльність на зарубіжних ринках – 16.         |
| Теми практичних занять    | Організаційні форми виставкової діяльності – 1+10 б.                                     | Структура та основні елементи виставкової індустрії. – 1+10 б.                   | Структура та основні елементи виставкової діяльності. – 1+10 б. | Структура та основні елементи виставкової діяльності. – 1+10 б. | Структура та основні елементи виставкової діяльності. – 1+10 б.            | Структура та основні елементи виставкової діяльності. – 1+10 б. | Структура та основні елементи виставкової діяльності. – 1+10 б. | Структура та основні елементи виставкової діяльності. – 1+10 б. | Виставково-ярмаркова діяльність на зарубіжних ринках – 16.         |
| Теми семінарських занять  | Виставка в системі інформаційної діяльності та маркетингових комунікацій. – 1 б. + 10 б. |                                                                                  |                                                                 |                                                                 | Особливості підготовки зразків товарів і послуг для виставки – 16. + 10 б. |                                                                 |                                                                 |                                                                 | Виставково-ярмаркова діяльність на зарубіжних ринках – 16. + 10 б. |
| Самостійна робота         | С.Р 1, 2 - 10 б.                                                                         |                                                                                  |                                                                 |                                                                 | С.Р 3, 4 - 10 б                                                            |                                                                 |                                                                 |                                                                 | С.Р 5 - 5 б.                                                       |
| Види поточного контролю   | Модульна контрольна робота 1 – 25 б.                                                     |                                                                                  |                                                                 |                                                                 | Модульна контрольна робота 2 – 25 б.                                       |                                                                 |                                                                 |                                                                 | Модульна контрольна робота 3 – 25 б.                               |