МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА»

Факультет туризму

Кафедра управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та івент менеджменту

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Організація виставкової діяльності**

Рівень вищої освіти - Перший (бакалаврський) рівень

*(перший (бакалаврський); другий (магістерський); третій (освітньо-науковий))*

Освітня програма «**Менеджмент соціокультурної діяльності**»

Спеціальність **028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»**

шифр і назва

Спеціалізація

за наявності

Галузь знань **02 «Культура і мистецтво»**

шифр і назва

Затверджено на засіданні кафедри

Протокол № \_2\_ від 29 вересня 2020 р.

м. Івано-Франківськ – 2020

|  |
| --- |
| **1. Загальна інформація** |
| **Назва дисципліни** | **Організація виставкової діяльності** |
| **Викладач (-і)** | Вичівський Павло Павлович |
| **Контактний телефон викладача** | +380951261040 |
| **E-mail викладача** | pavlo.vuchivskui@pnu.edu.ua |
| **Формат дисципліни** | Змішаний *(blended) –* очно-дистанційний |
| **Обсяг дисципліни** | Кредити ЄКТС –3 (90 год.) 90 год |
| **Посилання на сайт дистанційного навчання** | https://d-learn.pnu.edu.ua/index.php?mod=course&action=ReviewOneCourse&id\_cat=74&id\_cou=5901 |
| **Консультації** | Обговорення питань, що виникають у студентів під час вивчення тем, у класі Classroom <https://classroom.google.com/r/MzEwOTI3NjIyMTBa/sort-last-name> |
| **2. Анотація до навчальної дисципліни** |
| Дисципліна «Організація виставкової діяльності» ознайомлює студентів з теоретико-методологічними та практичними аспектами дослідження курсу. Зокрема, у теоретико-методологічних основах курсу зазначені основні парадигми, концепції та закономірності. Проаналізовані основні наукові підходи та методи дослідження. У понятєво-термінологічному апараті зазначені основні терміни та поняття, які використовуються при студіюванні курсу, зазначені різні підходи їх інтерпретації. Курс спрямований на вивчення особливостей становлення та розвитку виставкової діяльності та сучасні підходи щодо її функціонування в Україні та світі, звернуто увагу на сучасні тенденції виставкового бізнесу. |
| **3. Мета та цілі навчальної дисципліни** |
| **Мета** – сформувати необхідні теоретичні знан­ня та прак­­тичні компетенції щодо опанування теоретичних та практичних навичок організації сучасних виставок.**Цілі:*** формування системної уяви про виставкову діяльність і її ролі у розвитку компанії, галузі, країни в цілому;
* охарактеризувати основні функції виставкового менеджменту, координуючі процес виставкової діяльності з метою отримання конкретних планованих результатів;
* продемонструвати методи взаємодіїу часнків виставкового процесу, які забезпечують максимальне задоволення інтересів кожної сторони.
 |
| **4. Загальні і фахові компетентності** |
| Загальні компетентності:Фахові компетентності: | Здатність до формування логіки економічного мислення та сучасної економічної культури. Уміння приймати обґрунтовані рішення з приводу економічних, соціокультурних проблем, пов’язаних з майбутньою практичною діяльністю.Здатність обґрунтувати економічну доцільність напрямків розвитку підприємства, проводити розрахунок очікуваних фінансових результатів діяльності, а також знати методику планування діяльності організації і складання бізнес-планів, розробки комплексного підходу до бізнес- планування в галузі соціокультурної діяльності.Здатність оцінювати специфіку застосування принципів управління в соціокультурному менеджменті. Уміння формулювати та ініціювати нові ідеї, формулювати їх мету завдання, необхідні ресурси. Уміння використовувати загальнонаукові та креативні методи пізнання у професійній діяльності.Здатність застосовувати знання у практичній діяльності, адаптуватися до нових ситуацій, генерування нових ідей(творчості), до ініціативи та підприємництва, відповідальність за якість, прагнення до успіху.Здатність виявляти, використовувати, інтерпретувати, критично аналізувати джерела інформації в області менеджменту соціокультурної сфери.Здійснювати планування, управління та контроль за виконанням поставлених завдань та прийнятих рішень.Здатність побудувати ефективну систему інформаційних ресурсів, необхідну для формування інформаційно-правової основи прийняття управлінських рішень у сфері соціокультурної діяльності;Здатність сучасного системного мислення та комплексу спеціальних знань в галузі менеджменту підприємства на всіх стадіях його життєвого циклу, управління підсистемами та елементами внутрішнього середовища підприємства, застосовувати прийоми та методи ведення менеджменту на підприємстві, застосувати функції менеджменту (планування, організація, мотивація і контроль).Визначати і використовувати адекватний професійний інструментарій для розробки та оперативного управління соціокультурними проектами. Здатність застосовувати альтернативні підходи до формування вибору стратегії.Володіти навичками планування діяльності підприємств соціокультурної діяльності на основі аналізу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища.Здатність до стратегічного мислення, стратегічного планування й управління, уміння оцінити соціокультурне середовище та його вплив на економіку країни, визначити адекватні зовнішнім загрозам і можливостям цілі та завдання зовнішньої або внутрішньої і політики країни та пропонувати відповідні ефективні інструменти їх реалізації.Набути системи спеціальних знань спрямованих на пізнання методики планування діяльності організації і складання бізнес-планів, розробки комплексного підходу до бізнес-планування в галузі соціокультурної діяльності на основі ефективного використання його потенціалу з орієнтацією на споживача в умовах конкурентного середовища.Здатність дотримуватись загальноприйнятих норм поведінки та моралі в міжособистісних відносинах.Здатність використовувати невербальні засоби комунікації.Здатність використовувати іноземні мови у професійній діяльності.Здатність використовувати в професійній діяльності усне та писемне мовлення державною та іноземними мовами.Здатність в умовах усних ділових контактів з використанням прийомів і методів професійної етики, усного спілкування, знань в царині міжкультурної комунікації та відповідних комунікативних технологій застосовувати ситуаційний підхід з метою ефективного виконання професійних обов’язків. |
| *Перелік компетентностей брати матриць в кінці програми* |
| **5. Програмні результати навчання** |
| Набуття професійних знань та практичних навичок з організації надання анімаційних послуг. (С 10)Здійснювати планування, управління та контроль за виконанням поставлених завдань та прийнятих рішень. (С4,С5)Оволодіння навичками роботи з музейною документацією (перш за все, науковими паспортами музейних предметів), проведення екскурсій у різних типах музеїв, атрибуції музейних пам’яток; (С 8)Обґрунтування вибору відповідного рішення щодо прийняття участі у відповідному виставковому заході; (С 10)Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях; (С 11) |
| **6. Організація навчання** |
| Обсяг навчальної дисципліни |
| Вид заняття | Загальна кількість годин |
| лекції | 30 |
| семінарські заняття / практичні / лабораторні | 30 |
| самостійна робота | 120 |
| Ознаки навчальної дисципліни |
| Семестр | Спеціальність | Курс(рік навчання) | Нормативний / вибірковий |
| 6 | 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності | 3 | вибірковий |
| Тематика навчальної дисципліни |
| Тема | кількість год. |
| лекції | заняття | сам. роб. |
| Тема 1. Вступ. Історія розвитку та сучасний стан виставково-ярмаркової діяльності | 4 | 2 | 12 |
| Тема 2. Класифікація виставково-ярмаркових заходів та виставкових послуг | 2 | 2 | 12 |
| Тема 3. Кураторство: світовий та вітчизняний досвід | 2 | 2 | 12 |
| Тема 4. Технології фандрейзінгу в сфері культури та виставкової діяльності | 2 | 2 | 12 |
| Тема 5. Планування участі у виставці | 2 | 4 | 12 |
| Тема 6. Організація участі у виставці | 4 | 4 | 12 |
| Тема 7. Організація виставкового простору | 4 | 4 | 12 |
| Тема 8. Організація роботи з відвідувачами виставкових заходів | 4 | 4 | 12 |
| Тема 9. Організація заходів ділової програми виставки | 2 | 2 | 12 |
| Тема 10. Поствиставковий етап | 4 | 4 | 12 |
| ЗАГ.: | 30 | 30 | 120 |
| **7. Система оцінювання навчальної дисципліни** |
| Загальна |

|  |  |
| --- | --- |
| система оцінювання навчальної дисципліни | Загальна100б = 60б (поточний контроль) + 20б(контр. роб) + 20б(теорет. контроль (тест))Оцінка за поточний контроль (максимум 60 балів) – середнє арифметичне з округленням до цілого оцінок отриманих на практичних заняттях та при перевірці самостійної роботи студентів, помножених на деякий коефіцієнт |
| Вимоги до письмових робіт | Виконувати чітко до вказаних інструкцій |
| Семінарські заняття | Оцінються за 5-ти бальною шкалою |
| Умови допуску до підсумкового контролю | Здача і захист практичних робіт, контрольної робо-ти та тесту з теоретичним контролем знань |
| Підсумковий контроль | екзамен |
| **8. Політика навчальної дисципліни** |
| Атмосферу довіри, взаєморозуміння, взаємоповаги потрібно будувати щоденно. Політика ректорату спрямована на академічну доброчесність, прозорість та законність діяльності. Задля цього розроблено та впроваджено «Положення про запобігання академічного плагіату», «Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності», «Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Стефаника» і опубліковано їх на сайті. Викладеними в цих документах принципами (відповідальності, справедливості, академічної свободи, взаємоповаги, безпеки і добробуту, законності) та правилами поведінки студентів і працівників університету, які базують на відповідних законах, й керується кафедра готельно-ресторанної та курортної справи у своїй діяльності. В університеті діє «Гаряча лінія» з ректором, «Телефон довіри», більшість вступних іспитів проводиться за комп’ютерно-тестовими технологіями, а іспит за допомогою онлайн трансляції можна переглядати у реальному часі. Діяльність кафедри, ректорату з питань запобігання та виявлення корупції здійснюється на основі чинного законодавства України. |
| **9. Рекомендована література** |
| 1. Агеев Е. Выставка – инструмент изучения конкурентов. *Маркетинг и реклама*. 2002. № 9 (73). С. 17
2. Акулич И.Л., Михолап С.В. Выставки и ярмарки в современной концепции маркетинга. *Белорусский экономический журнал*. 2001. № 1. С. 77–83.
3. Александрова Н.В., Филоненко И.К. Выставочный менеджмент: стратегии управления и маркетинговые коммуникации. Москва : РИА Проэкспо 2006. 240 с.
4. Ананьева Т. Организация и проведение специальных мероприятий в рамках выставок. *Маркетинговые коммуникации*. 2003. № 2. С. 2–7.
5. Антоненко І.Я., Дупляк Т.П. Виставкова діяльність в Україні: стан, проблеми та шляхи їх розв’язання. *Економічний часопис-ХХІ*. 2013. № 11–12. С. 74–78.
6. Антонів О.М. Ефективність виставково-ярмаркової діяльності в процесі маркетингової комунікації. *Торгівля, комерція, підприємництво*. 2011. Вип. 13. С. 49–51.
7. Антонів О.М., Бойчук І.В. Стратегічні пріоритети розвитку виставково-ярмаркової діяльності в контексті глобалізації товарних ринків. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2013. Вип. 4. С. 213–218.
8. Архипова О.В. Конгрессно-выставочная деятельность : учеб. Пособие. Санкт-Петербург : СПбГИЭУ, 2010. 184 с.
9. Аршевська М.В. Проблема оцінки ефективності виставкової діяльності. *Маркетинг і реклама*. 2006. № 1 (113). С. 53–57.
10. Аршевська М.В. Порівняльна характеристика виставкових заходів на промисловому та споживчому ринках України. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2007. № 594 : Логістика. С. 173–177.
11. Баринов С.Б. Выставочная деятельность как способ позиционирования на рынке. URL: http://www.marketing.spb.ru/lib-research/segment/exhibition.htm (дата звернення: 30.01.2019).
12. Башмакова Т.С. Влияние выставочного бизнеса на формирование благоприятной бизнес-среды. *Интернет-журнал «Науковедение»*. 2013. № 3. URL: http://naukovedenie.ru/PDF/37ergsu313.pdf (дата звернення: 30.01.2019).
 |

Вичівський П.П. доцент кафедри управління

соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу

та івентменеджменту