МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА

Факультет туризму

Кафедра управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та івент менеджменту

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Організація експозиційного проектування**

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 – 2021

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **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 –6 (180 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 експозиційного проектування» ознайомлює студентів з теоретико-методологічними та практичними аспектами проектування експозицій. 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. | | | | | | | |
| **3. Мета та цілі навчальної дисципліни** | | | | | | | |
| **Мета** – сформувати необхідні теоретичні знан­ня та прак­­тичні компетенції щодо опанування теоретичних та практичних навичок організації експозиційного проектування.  **Цілі:**   * формування системної уяви про експозиційне проектування і його 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 взаємодії учаснків виставкового процесу, які забезпечують максимальне задоволення інтересів кожної сторони. | | | | | | | |
| **4. Результати навчання** | | | | | | | |
| Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні знати:   * основи теоретичних питань з формування експозиційного проектування; * класифікації виставок; * поняття продукту виставкової діяльності; * структуру виставкового ринку; * сучасні підходи до координування вистакової діяльності; * методи управління виставковою діяльністю; * інформаційні технології в управління виставковою діяльнісю. | | | | | | | |
| **5. Програмні результати навчання** | | | | | | | |
| ФК 9. 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.  ФК 10. Здатність визначати характеристики цільового для підприємства сегмента ринку, потенційних споживачів, їх поведінкові особливості, використовуючи результати маркетингових досліджень. Здатність підготовлювати матеріали до розроблення маркетингового плану підприємств етнокультурної сфери.  ПРН 8. Здатність до формування логіки економічного мислення та сучасної економічної культури. Уміння приймати обгрунтовані рішення з приводу економічних, соціокультурних проблем, пов'язаних з майбутньою практичною діяльністю. | | | | | | | |
| **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. Предмет, значення і завдання курсу. Основні  визначення та поняття | | | | | 4 | 2 | 12 |
| Тема 2. Еволюція ярмаркововиставкової діяльності | | | | | 2 | 2 | 12 |
| Тема 3. Підготовка до проведення  ярмарково-виставкових заходів | | | | | 2 | 2 | 12 |
| Тема 4. Види стендів та їх організаційна побудова | | | | | 2 | 2 | 12 |
| Тема 5. Обладнання у виставковій індустрії | | | | | 2 | 4 | 12 |
| Тема 6. Принципи архітектурно-планувальної  організації виставкових комплексів | | | | | 4 | 4 | 12 |
| Тема 7. Проектування експозиції. | | | | | 4 | 4 | 12 |
| Тема 8. Виставковий персонал та комунікація | | | | | 4 | 4 | 12 |
| Тема 9. Етикет ділового спілкування на ярмарках | | | | | 2 | 2 | 12 |
| Тема 10. Ризики в виставковій діяльності та її ефективність | | | | | 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 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