

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА



Навчально-науковий інститут мистецтв

Кафедра управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та
івентменеджменту

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ОРГАНІЗАЦІЯ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Освітня програма «Менеджмент соціокультурної діяльності»
Спеціальність 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»

Галузь знань 02 **Культура і мистецтво**

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від 30.08.2023

м. Івано-Франківськ – 2023

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Організація виставкової діяльності
Викладач (-і)	Федорак В.В., Маланюк Т.З.
Контактний телефон викладача	050-10-56-596 097-59-52-780
Е-mail викладача	volodymyr.fedorak@pnu.edu.ua taras.malaniuk@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний/заочний
Обсяг дисципліни	3 кредити ЄКТС, 90 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/
Консультації	За розкладом
2. Анотація до навчальної дисципліни	
Курс спрямований на вивчення особливостей історії становлення виставкової діяльності та сучасні підходи щодо її розвитку в Україні та світі, звернуто увагу на особливості діяльності сучасної виставки	
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 взаємодію учасників виставкового процесу, які забезпечують максимальне задоволення інтересів кожної сторони.

4. Програмні компетентності та результати навчання

Інтегральна компетентність. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у соціокультурній сфері, у сфері освіти та науки, креативної економіки і культуротворчих практик, що передбачає застосування теорій та методів менеджменту культури і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

ЗК1. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК3. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 4. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення й аналізу інформації з різних джерел.

ЗК7. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК9. Здатність працювати в команді.

ЗК 15. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

ЗК16. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК17. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

Фахові компетентності:

СК19. Здатність критично усвідомлювати взаємозв'язок між культурними, соціальними та економічними процесами.

СК31. Здатність розробляти соціокультурні проекти та забезпечувати їх

операційну реалізацію.

СК34. Здатність створювати соціокультурні послуги.

5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни

Вид заняття	Загальна кількість годин
-------------	--------------------------

лекції	12
семінарські заняття / практичні / лабораторні	18
самостійна робота	54

Ознаки навчальної дисципліни

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
V	Організація виставкової діяльності	III	вибірковий

Тематика навчальної дисципліни

	кількість год.		
	лекції	заняття	сам. роб.
Тема 1. Вступ. Історія розвитку та сучасний стан виставково-ярмаркової діяльності Предмет і зміст виставкової діяльності. Мета, завдання і основні напрямки вирішення проблем. Місце виставки у підприємницькій діяльності та сучасних маркетингових технологіях. Періодизація історії розвитку виставкової діяльності. Ярмарки в Середньовічній Європі. Вплив промислової революції на розвиток виставкової діяльності. Розвиток виставок в ХХ столітті. Законодавча та нормативна база виставково-ярмаркової діяльності в Україні. Цілі та завдання організаторів виставкових заходів. Сучасний стан виставково-ярмаркової діяльності в Україні.	2	2	6
Тема 2. Класифікація виставково-ярмаркових заходів та виставкових послуг Критерії класифікації виставково-ярмаркових заходів. Міжнародна класифікація виставкових заходів UFI. Національна класифікація виставково-ярмаркових заходів за тематичними напрямками. Класифікація виставкових послуг. Суб'єкти виставкової діяльності та їх комунікаційна взаємодія:	2	2	6

експонент, організатор, відвідувач. Функції виставкової діяльності: соціальні, економічні, просвітницькі та ін.			
Тема 3. Кураторство: світовий та вітчизняний досвід Суб'єкти арт-індустрії. Специфіка діяльності кураторів. Завдання і роль куратора в контексті сучасних виставкових проєктів. Особливості реалізації проєкту: світовий та вітчизняний досвід.	2	2	6
Тема 4. Технології фандрейзінгу в сфері культури та виставкової діяльності. Поняття та види фандрейзінгу. Залучення національних та міжнародних культурних фондів та грантодавців. Звернення до місцевих та іноземних комерційних структур. Специфіка пошуку спонсорів. Мотивація спонсорів. Складання листа до потенційного спонсора. Підготовка остаточної презентації проєкту.	2	2	6
Тема 5. Планування участі у виставці Фази прийняття рішення про участь у виставці. Передумови і причини участі. Визначення цілей участі у виставці: встановлення контактів; укладення торгових угод, презентація товарів; встановлення комунікацій, збут товарів; дослідження ринку; дослідження товару; дослідження рекламної діяльності; дослідження політики та методів комунікації. Вибір виставки. Основні критерії оцінки виставок: вартість послуг, місце проведення, динаміка основних показників виставки. Визначення способу участі у виставці: самостійна участь, групова участь (національні павільйони). Фактори, що визначають спосіб участі у виставці. Визначення вартості участі у виставці. Складання кошторису та основні статті витрат. Залучення інвестицій у виставковій діяльності. Джерела ризиків у виставково-ярмарковій діяльності. Економічний аналіз ризиків. Управління ризиками.	2	2	6
Тема 6. Організація участі у виставці Техніка організації участі у виставці. Умови успішної участі у виставці. Розробка концепції виставки. Робочий план підготовки та проведення виставки. Відбір персоналу на виставку. Розподіл функціональних обов'язків. Підготовка персоналу, який бере участь	2	2	6

на виставці. Встановлення контактів з адміністрацією виставки. Документаційне забезпечення участі у виставці. Розробка форм заявок, умов участі та договорів з учасниками виставок. Експонати як один із найважливіших засобів передачі комерційного повідомлення експонента. Принципи відбору експонатів. Оцінка факторів, що впливають на імідж експонатів. Транспортування експонатів. Визначення способу перевезення. Вибір пакувальних матеріалів для транспортування. Підготовка вантажної та митної документації.			
Тема 7. Організація виставкового простору Поняття та види виставкових стендів. Розміри стенду та фактори, що впливають на його розмір: кількість і вид експонатів; очікувана кількість відвідувачів; особливі запити експонента; розміри і авторитет компанії; розміри стендів конкурентів. Розташування стенду. Правила розміщення стенду. Зонування виставкового стенду. Кольорове оформлення стенду. Фактори, що визначають вибір кольорів. Колірна гамма та її вплив на психологічну реакцію відвідувачів. Освітлення і його вплив на формування атмосфери стенду. Види освітлення та їх характеристика: загальне, спеціальне, широкого радіусу, щільного пучка. Графічні та аудіо - візуальні засоби оформлення стенду. Ефективність графічних і пояснювальних елементів оформлення. Організація виставкового простору на відкритих майданчиках. Особливості проектування і використання двоповерхових та мобільних стендів.	2	2	6
Тема 8. Організація роботи з відвідувачами виставкових заходів Типи відвідувачів виставок. Контакт с відвідувачами виставки: етапи та завдання. Особливості вербальних комунікацій з відвідувачами виставки. Фактори успіху комунікації. Вимоги до комунікацій на стенді. Принципи правильної комунікації з відвідувачами. Культура і техніка мовлення. Невербальні комунікації на виставці. Реєстраційна анкета відвідувача стенду.	2	2	6
Тема 9. Організація заходів ділової програми виставки Характеристика заходів ділової програми виставки. Вибір розсадження учасників ділової програми виставки для різних типів заходів.	2	2	6

Номенклатура устаткування та інвентарю для проведення ділової програми виставки. Особливості роботи організаторів виставки зі ЗМІ. Офіційні прес-заходи та прес-релізи.			
Заг. к-сть	90	18	18
6. Система оцінювання навчальної дисципліни			
Загальна система оцінювання навчальної дисципліни	Загальний бал за виконання письмових робіт – 55 балів, що включає: тестовий контроль 1 – 10 балів; тестовий контроль 2 - 10 балів; контроль самостійної роботи 1 - 10 балів; контроль самостійної роботи 2 - 5 балів; індивідуальна робота - 20 балів. Лабораторні роботи - 45 б.		
Вимоги до письмових робіт	Зазначити: письмова контрольна чи домашня для заочної форми; структуру завдань і бали за кожне з них; Письмові роботи: тестовий контроль, лабораторні роботи проводиться під час навчальних занять. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). терміни написання для денної – на поточному занятті для заочної – за 10 днів до початку сесії) для заочної – форму – електронний варіант, тестові завдання		
Семінарські заняття	Набрати 50 б		
Підсумковий контроль	Зазначити: форму контролю екзамен (форму задачі, комбінована); структуру білета і розподіл балів за завдання: 20б – тести, 30 б. – усна відповідь		

7. Політика навчальної дисципліни

Письмові роботи: Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2021/04/isinuvannia_nove2.pdf

Академічна доброчесність: Академічна доброчесність: Очікується, що студенти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Положенням про запобігання та виявлення плагіату у Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника <https://pnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/10/Нова-редакція-Положення-про-запобігання-академічному-плагіату.pdf>

Відвідування занять Відвідування занять є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідують лекції і практичні заняття. Положення про розробку основних документів з організації освітнього процесу у Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника (Нова редакція <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2022/11/polozhennia-pro-OOP.pdf>

Неформальна освіта: Неформальна освіта зараховується згідно - ПОЛОЖЕННЯ про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти, в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2022/11/neformalna-osvita.pdf>

8. Рекомендована література

1. Вдовічен А.А., Вдовічена О.Г. Організація виставкової діяльності : навчальний посібник. 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. Пекар В. Основи виставкової діяльності : навч. посіб. Київ : Євроіндекс, 2009. 348 с.
4. Ткаченко Т.І., Дупляк Т.П. Виставковий бізнес : монографія. Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2016. 244 с.
6. Виставковий бізнес в Україні: інтеграція освіти, науки та практики : зб. наук. праць (спецвипуск) Київ : Ін-т реклами 2009. 143 с.
7. 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>.
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.
11. Шанс для України. Що країни отримують від проведення Всесвітньої виставки. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/02/10/696907/>.
12. Виставкова федерація України. URL: www.expo.org.ua.
13. Всесвітня асоціація виставкової індустрії. URL: www.uffi.org .
14. Концепція розвитку виставково-ярмаркової діяльності. URL:
www.kmu.gov.ua/npas/2319267.

Викладачі :

Федорак В. В. доцент, Маланюк Т.З. доцент