

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-педагогічної
роботи

Антон ПАНЧЕЛІЙМОНОВ



2020 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

Організація виставкової діяльності

рівень вищої освіти
галузь знань
спеціальність
освітня програма
вид дисципліни

перший (бакалаврський)
24 «Сфера обслуговування»
241 «Готельно-ресторанна справа»
«Готельно-ресторанна справа»
за вибором

Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

2020 / 2021 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

“28” серпня 2020 року, протокол № 1

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: Олена ЖИХОР, д.е.н., професор, професор кафедри міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

Програму схвалено на засіданні кафедри міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи.

Протокол № 1 від “26” серпня 2020 року

В.о. завідувача кафедри міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи.

 Наталія ДАНЬКО
(підпис) (прізвище та ініціали)

Програму погоджено з гарантом освітньої – професійної програми «Готельно-ресторанна справа»

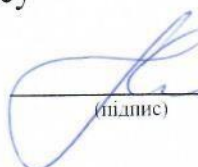
Гарант освітньої-професійної програми
«Готельно-ресторанна справа»

 Яна Білецька
(підпис) (прізвище та ініціали)

Програму погоджено науково-методичною комісією факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Протокол № 1 від “28” серпня 2020 року

Голова науково-методичної комісії факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

 Лариса ГРИГОРОВА-БЕРЕНДА
(підпис) (прізвище та ініціали)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни **“Організація виставкової діяльності”** складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки **бакалавра** за спеціальністю **241 – «Готельно-ресторанна справа»**.

1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни – надання студентам базових знань і навичок щодо концептуальних засад управління виставковим бізнесом, методологічного та практичного інструментарію механізму їх реалізації.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни є:

- формування наступних загальних компетентностей:

ЗК2 – Здатність діяти соціально-відповідально та свідомо, реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні;

ЗК7 – Цінування та повага різноманітності та мультикультурності;

ЗК12 – Здатність до усної та письмової ділової комунікації іноземною мовою для спілкування у професійній та соціально-культурній сферах, володіння фаховою термінологією іноземної мови;

ЗК 16 – Здатність до усвідомленого поповнення і розширення комунікативних навичок у професійній сфері впродовж життя.

- формування наступних фахових компетентностей:

СК2 – Здатність організовувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність;

СК3 – Здатність використовувати на практиці основи діючого законодавства в сфері готельного та ресторанного бізнесу та відстежувати зміни;

СК4 – Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії (робота в команді);

СК7 – Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів;

СК8 – Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів.

1.3. Кількість кредитів – 4.

1.4. Загальна кількість годин – 120.

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
за вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
4-й	4-й
Семестр	
7-й	7-й
Лекції	
26 год.	12 год. (2 год. ауд., 10 год. дист.)
Практичні, семінарські заняття	
26 год.	-
Лабораторні заняття	
-	-
Самостійна робота	
68 год.	108 год.
в т.ч. індивідуальні завдання (підсумкова контрольна робота)	
10 год.	

1.6. Заплановані результати навчання

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування програмних результатів навчання відповідно до ОПП:

РН2 – Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з готельної та ресторанної справи, організації обслуговування споживачів та діяльності суб'єктів ринку готельних та ресторанних послуг, а також суміжних наук;

РПЗ – Вільно спілкуватися з професійних питань державною та іноземною мовами усно і письмово;

РН10 – Розробляти нові послуги (продукцію) використовуючи технології виробництва та обслуговування споживачів;

РН11 – Застосовувати сучасні інформаційні технології для організації роботи закладів готельного та ресторанного господарства;

РН18 – Презентувати власні проекти і розробки, аргументувати свої пропозиції щодо розвитку бізнесу;

РН21 – Розуміти і реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності вільного демократичного суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

Матриця компетентностей та програмних результатів навчання, які формуються під час вивчення навчальної дисципліни «Організація виставкової діяльності» у відповідності до ОПП

Шифр компетентності	Компетентності	Шифр програмних результатів	Програмні результати навчання
Загальні компетентності (ЗК)			
ЗК2	Здатність діяти соціально-відповідально та свідомо, реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні	РН2	Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з готельної та ресторанної справи, організації обслуговування споживачів та діяльності суб'єктів ринку готельних та ресторанних послуг, а також суміжних наук
ЗК7	Цінування та повага різноманітності та мультикультурності	РН3	Вільно спілкуватися з професійних питань державною та іноземною мовами усно і письмово
ЗК12	Здатність до усної та письмової ділової комунікації іноземною мовою для спілкування у професійній та соціально-культурній сферах, володіння фаховою термінологією іноземної мови	РН3	Вільно спілкуватися з професійних питань державною та іноземною мовами усно і письмово
ЗК16	Здатність до усвідомленого поповнення і розширення комунікативних навичок у професійній сфері впродовж життя	РН18	Презентувати власні проекти і розробки, аргументувати свої пропозиції щодо розвитку бізнесу
Фахові компетентності (ФК)			
СК2	Здатність організовувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та	РН10	Розробляти нові послуги (продукцію) використовуючи технології виробництва та

	забезпечувати його ефективність		обслуговування споживачів
СК3	Здатність використовувати на практиці основи діючого законодавства в сфері готельного та ресторанного бізнесу та відстежувати зміни	PH11	Застосовувати сучасні інформаційні технології для організації роботи закладів готельного та ресторанного господарства
СК4	Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії (робота в команді)	PH10	Розробляти нові послуги (продукцію) використовуючи технології виробництва та обслуговування споживачів
СК7	Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів	PH11	Застосовувати сучасні інформаційні технології для організації роботи закладів готельного та ресторанного господарства
СК8	Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів	PH18	Презентувати власні проекти і розробки, аргументувати свої пропозиції щодо розвитку бізнесу

2. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Соціально-економічне значення та еволюція виставкової діяльності.

Характеристика основних функцій виставкової діяльності. Складові елементи MICE-індустрії. Характеристика ефектів виставкової діяльності. Прояви мультиплікаційного ефекту виставкової діяльності за напрямком впливу. Еволюція розвитку виставкової діяльності. Етапи розвитку виставкової діяльності. Значення ярмарків. Спеціалізація виставкової діяльності.

Тема 2. Термінологічний інструментарій виставкового бізнесу.

«Концепція розвитку виставково-ярмаркової діяльності». Поняття та визначення основних суб'єктів виставкового бізнесу. Сутність виставкової

діяльності. Дуалізм трактування змісту поняття виставкова діяльність. Державний класифікаторі продукції та послуг. Взаємозв'язок основних суб'єктів виставкового бізнесу в процесі організації виставкових заходів. Учасник виставки. Класифікація учасників виставкових заходів. Відвідувач виставки. Узагальнена класифікація відвідувачів виставкових заходів. Характерний виставковий продукт. Супутній виставковий продукт. Види, склад та цільові групи споживачів виставкового продукту. Додатковий виставковий продукт. Визначення поняття «виставка». Визначення поняття «ярмарок». Класифікація виставкових заходів.

Тема 3. Організаційно-економічний механізм управління суб'єктами виставкового бізнесу.

Поняття «організаційно-економічний механізм управління». Визначення поняття «господарський механізм». Основними елементами механізму управління. Визначення поняття «організаційно-економічний механізм». Структурна модель організаційно-економічного механізму управління підприємством виставкової діяльності. Організаційна структура управління підприємствами виставкової діяльності. Характеристика основних функціональних відділів підприємства – організатора виставкових заходів. Управління процесом формування та реалізації виставкового продукту. Етапи процесу формування та реалізації виставкового продукту. Трирівнева модель виставки як товару. Групування супровідних виставкових заходів. Характеристика етапів життєвого циклу виставки. Управління якістю виставкових послуг. Управління фінансово-економічними показниками діяльності виставкових підприємств. Характеристика поточних витрат підприємств – організаторів виставок. Ціноутворення в підприємствах виставкової діяльності. Оподаткування підприємств виставкової діяльності. Управління ризиками підприємств виставкової діяльності. Види страхування для підприємств виставкової діяльності. Використання інформаційних та маркетингових технологій підприємствами виставкової діяльності.

Тема 4. Методичні основи оцінки ефективності управління суб'єктами виставкового бізнесу.

Поняття «ефект». Підходи до оцінки ефективності управління підприємством виставкової діяльності. Цільовий підхід. Еталонний підхід. вартісно-орієнтованим підхід. Операційним підхід. Підхід, що враховує баланс інтересів. Системний підхід. Характеристика підходів до оцінки ефективності управління підприємством. Критерії ефективності управління підприємством. Модель впливу факторів зовнішнього середовища на ефективність управління підприємством – організатором виставок. Економічна ефективність праці управлінського персоналу. Ефект управлінської діяльності. Натуральні показники оцінки результатів проведення виставкового заходу. Динаміка показника «виставкова привабливість». Виставкова ефективність (exhibit efficiency). Динаміка показника «виставкова ефективність». Середні витрати на відвідувача (cost-

per-visitor reached, CVR). Вартість приваблення (attraction CVR). Види економічної ефективності проведення виставкового заходу.

Тема 5. Тенденції розвитку виставкового бізнесу.

Групування статистичних показників розвитку виставкового бізнесу України за класифікаційними ознаками. Перелік європейських організацій аудиту виставкового бізнесу. Динаміка кількості підприємств виставкової діяльності в Україні. Розподіл підприємств виставкової діяльності по регіонах України. Розподіл виставкових центрів по регіонах України. Характеристика виставкових центрів України, що відповідають міжнародним стандартам. Динаміка кількості виставкових заходів, проведених підприємствами виставкової діяльності України. Розподіл виставкових заходів за тематичними напрямками. Динаміка кількості учасників та відвідувачів виставкових заходів України. Участь зарубіжних країн у виставкових заходах, проведених на території України. Рейтинг країн за кількістю учасників виставкових заходів, проведених на території України. Показники регіональної структури розміщення суб'єктів виставкового бізнесу в Україні. Основні тенденції розвитку виставкового бізнесу в Україні. Основні чинники впливу на розвиток виставкового бізнесу в Україні.

Тема 6. Правове регулювання виставкового бізнесу.

Державне регулювання виставкового бізнесу в Україні. «Конвенція про тимчасове ввезення». Закон України «Про рекламу». Закон України «Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції». Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність». Державна політика у сфері виставкової діяльності. Переваги жорсткого державного регулювання. Недоліки надмірного втручання державного регулювання у виставковий бізнес державна допомога місцевим підприємствам.

Тема 7. Оцінка механізмів управління суб'єктами виставкового бізнесу.

Основні чинники, які стримують розвиток виставкового бізнесу. Розподіл підприємств – організаторів виставок за кількістю працівників. Види реклами, що застосовуються підприємствами виставкової діяльності. Тематика виставок підприємств виставкової діяльності. Результати анкетування підприємств – організаторів виставок м. Києва. Виставкові підприємства України, що мають власні сайти в мережі Інтернет. Показники господарської діяльності суб'єктів виставкового бізнесу в Україні. Порівняння технічних характеристик виставкового комплексу «КиївЕкспоПлаза» та «Міжнародного виставкового центру». Фактори стримування інвестицій у будівництво виставкових центрів в Україні. Розподіл виставкових центрів по регіонах світу. Рейтинг найбільших виставкових центрів у світі.

Тема 8. Інтернет-технології у виставковому бізнесі.

Динаміка української інтернет-аудиторії. Напрями використання інтернет-технологій у діяльності підприємства. Рейтинг країн з найкраще розвиненою ІТ-інфраструктурою. Групування сайтів виставкової діяльності. Віртуальна виставка Переваги віртуальних виставок над реальними. Класифікація

віртуальних виставок. Етапи управління виробництвом та реалізацією віртуального виставкового продукту. Алгоритм розрахунку показника результативності просування віртуальних виставок у мережі Інтернет. Розрахунок показника результативності просування віртуальних виставок Херсонської ТПП у мережі Інтернет. Показники інтенсивності відвідування віртуальної виставки.

Тема 9. Інвестиційна привабливість проектів у виставковому бізнесі.

Активізація виставкової діяльності в регіонах країни. Економічні індикатори внеску виставкової діяльності у розвиток національної економіки країни. Індекс інвестиційної привабливості виставкового проекту (IPV). Індекс вагомості представлених на виставці галузей (IG). Середня вагомість представлених на виставці галузей (видів економічної діяльності). Індекс економічного розвитку країн – учасниць виставки (IK). Середній рейтинг економічного розвитку країн – учасниць виставки. Індекс відвідуваності виставки (IV). Індекс рентабельності виставкового продукту (IR). Індекс значущості території для проведення виставки (IT). Алгоритм розрахунку індексу значущості території для проведення виставки. Алгоритм проведення добровільної сертифікації виставкових послуг.

Тема 10. Методика інтегральної оцінки ефективності діяльності виставкових підприємств.

Моделі оцінки результатів діяльності підприємств. Розвиток парадигм визначення вартості та ефективності діяльності підприємства. Збалансована система показників підприємств виставкової діяльності. Показники інтенсивності участі у виставковому заході. Алгоритм інтегральної оцінки ефективності підприємств виставкової діяльності. Показники ефективності використання виставкової площі виставкових центрів. Модель розподілу виставкової площі за умови відсутності дефіциту.

3. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Обсяг у годинах				Обсяг у годинах			
	Денна форма				Заочна форма			
	усього	у тому числі			усього	у тому числі		
		л	пз	с. р.		л	п	с.р
Тема 1. Соціально-економічне значення та еволюція виставкової діяльності	9	2	2	5	11	1	-	10
Тема 2. Термінологічний інструментарій виставкового бізнесу	9	2	2	5	11	1	-	10
Тема 3. Організаційно-економічний механізм управління суб'єктами виставкового бізнесу	10	2	2	6	12	2	-	10
Тема 4. Методичні основи оцінки ефективності управління суб'єктами виставкового бізнесу	10	2	2	6	12	2	-	10
Тема 5. Тенденції розвитку виставкового бізнесу	10	2	2	6	11	1	-	10
Тема 6. Правове регулювання виставкового бізнесу	10	2	2	6	11	1	-	10
Тема 7. Оцінка механізмів управління суб'єктами виставкового бізнесу	10	2	2	6	11	1	-	10
Тема 8. Інтернет-технології у виставковому бізнесі	14	4	4	6	11	1	-	10
Тема 9. Інвестиційна привабливість проєктів у виставковому бізнесі	14	4	4	6	11	1	-	10
Тема 10. Методика інтегральної оцінки ефективності діяльності виставкових підприємств	14	4	4	6	9	1	-	8
Контрольна робота	10	-	-	10	10	-	-	10
Усього годин	120	26	26	68	120	12	-	108

4. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Назва теми	Кількість годин
Тема 1. Соціально-економічне значення та еволюція виставкової діяльності • Характеристика основних функцій виставкової діяльності • Складові елементи МІСЕ-індустрії • Характеристика ефектів виставкової діяльності • Прояви мультиплікаційного ефекту виставкової діяльності за напрямком впливу • Еволюція розвитку виставкової діяльності. Етапи розвитку виставкової діяльності. Значення ярмарків • Спеціалізація виставкової діяльності	2
Тема 2. Термінологічний інструментарій виставкового бізнесу • «Концепція розвитку виставково-ярмаркової діяльності» • Поняття та визначення основних суб'єктів виставкового бізнесу. Сутність виставкової діяльності. Дуалізм трактування змісту поняття виставкова діяльність. Державний класифікаторі продукції та послуг • Взаємозв'язок основних суб'єктів виставкового бізнесу в процесі організації виставкових заходів. Учасник виставки. Класифікація учасників виставкових заходів. Відвідувач виставки. Узагальнена класифікація відвідувачів виставкових заходів. Характерний виставковий продукт. Супутній виставковий продукт. Види, склад та цільові групи споживачів виставкового продукту. Додатковий виставковий продукт. Визначення поняття «виставка». Визначення поняття «ярмарок». • Класифікація виставкових заходів.	2
Тема 3. Організаційно-економічний механізм управління суб'єктами виставкового бізнесу • Поняття «організаційно-економічний механізм управління». Визначення поняття «господарський механізм». Основними елементами механізму управління. Визначення поняття «організаційно-економічний механізм» • Структурна модель організаційно-економічного механізму управління підприємством виставкової діяльності • Організаційна структура управління підприємствами виставкової діяльності. Характеристика основних функціональних відділів підприємства – організатора виставкових заходів. Управління процесом формування та реалізації виставкового продукту.	2

• Етапи процесу формування та реалізації виставкового продукту • Трирівнева модель виставки як товару. Групування супровідних виставкових заходів. Характеристика етапів життєвого циклу виставки. Управління якістю виставкових послуг. • Управління фінансово-економічними показниками діяльності виставкових підприємств. Характеристика поточних витрат підприємств – організаторів виставок. Ціноутворення в підприємствах виставкової діяльності. Оподаткування підприємств виставкової діяльності. Управління ризиками підприємств виставкової діяльності. Види страхування для підприємств виставкової діяльності. • Використання інформаційних та маркетингових технологій підприємствами виставкової діяльності.	
Тема 4. Методичні основи оцінки ефективності управління суб'єктами виставкового бізнесу • Поняття «ефект». Підходи до оцінки ефективності управління підприємством виставкової діяльності. Цільовий підхід. Еталонний підхід. вартісно-орієнтованим підхід. Операційним підхід. Підхід, що враховує баланс інтересів. Системний підхід. Характеристика підходів до оцінки ефективності управління підприємством. • Критерії ефективності управління підприємством. Модель впливу факторів зовнішнього середовища на ефективність управління підприємством – організатором виставок. • Економічна ефективність праці управлінського персоналу. Ефект управлінської діяльності. Натуральні показники оцінки результатів проведення виставкового заходу. Динаміка показника «виставкова привабливість». Виставкова ефективність (exhibit efficiency). Динаміка показника «виставкова ефективність». Середні витрати на відвідувача (cost-per-visitor reached, CVR). Вартість приваблення (attraction CVR). • Види економічної ефективності проведення виставкового заходу.	2
Тема 5. Тенденції розвитку виставкового бізнесу • Групування статистичних показників розвитку виставкового бізнесу України за класифікаційними ознаками • Перелік європейських організацій аудиту виставкового бізнесу • Динаміка кількості підприємств виставкової діяльності в Україні	2

• Розподіл підприємств виставкової діяльності по регіонах України • Розподіл виставкових центрів по регіонах України • Характеристика виставкових центрів України, що відповідають міжнародним стандартам • Динаміка кількості виставкових заходів, проведених підприємствами виставкової діяльності України • Розподіл виставкових заходів за тематичними напрямками. Динаміка кількості учасників та відвідувачів виставкових заходів України • Участь зарубіжних країн у виставкових заходах, проведених на території України • Рейтинг країн за кількістю учасників виставкових заходів, проведених на території України • Показники регіональної структури розміщення суб'єктів виставкового бізнесу в Україні • Основні тенденції розвитку виставкового бізнесу в Україні. Основні чинники впливу на розвиток виставкового бізнесу в Україні	
Тема 6. Правове регулювання виставкового бізнесу • Державне регулювання виставкового бізнесу в Україні. «Конвенція про тимчасове ввезення». Закон України «Про рекламу». Закон України «Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції». Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність». • Державна політика у сфері виставкової діяльності. Переваги жорсткого державного регулювання. Недоліки надмірного втручання державного регулювання у виставковий бізнес державна допомога місцевим підприємствам	2
Тема 7. Оцінка механізмів управління суб'єктами виставкового бізнесу • Основні чинники, які стримують розвиток виставкового бізнесу. Розподіл підприємств – організаторів виставок за кількістю працівників. Види реклами, що застосовуються підприємствами виставкової діяльності. Тематика виставок підприємств виставкової діяльності. Результати анкетування підприємств – організаторів виставок м. Києва • • Виставкові підприємства України, що мають власні сайти в мережі Інтернет. Показники господарської діяльності суб'єктів виставкового бізнесу в Україні. Порівняння	2

технічних характеристик виставкового комплексу «КиївЕкспоПлаза» та «Міжнародного виставкового центру» • Фактори стримування інвестицій у будівництво виставкових центрів в Україні. Розподіл виставкових центрів по регіонах світу. Рейтинг найбільших виставкових центрів у світі	
Тема 8. Інтернет-технології у виставковому бізнесі • Динаміка української інтернет-аудиторії • Напрями використання інтернет-технологій у діяльності підприємства • Рейтинг країн з найкраще розвиненою ІТ-інфраструктурою • Групування сайтів виставкової діяльності • Віртуальна виставка Переваги віртуальних виставок над реальними. Класифікація віртуальних виставок. Етапи управління виробництвом та реалізацією віртуального виставкового продукту. Алгоритм розрахунку показника результативності просування віртуальних виставок у мережі Інтернет • Розрахунок показника результативності просування віртуальних виставок Херсонської ТПП у мережі Інтернет. Показники інтенсивності відвідування віртуальної виставки	4
Тема 9. Інвестиційна привабливість проектів у виставковому бізнесі • Активізація виставкової діяльності в регіонах країни • Економічні індикатори внеску виставкової діяльності у розвиток національної економіки країни. Індекс інвестиційної привабливості виставкового проекту (IPV). Індекс вагомості представлених на виставці галузей (IG). Середня вагомість представлених на виставці галузей (видів економічної діяльності). Індекс економічного розвитку країн – учасниць виставки (IK). Середній рейтинг економічного розвитку країн – учасниць виставки. Індекс відвідуваності виставки (IV). Індекс рентабельності виставкового продукту (IR). Індекс значущості території для проведення виставки (IT) .	4

- Алгоритм розрахунку індексу значущості території для проведення виставки - Алгоритм проведення добровільної сертифікації виставкових послуг	
Тема 10. Методика інтегральної оцінки ефективності діяльності виставкових підприємств - Моделі оцінки результатів діяльності підприємств - Розвиток парадигм визначення вартості та ефективності діяльності підприємства - Збалансована система показників підприємств виставкової діяльності - Показники інтенсивності участі у виставковому заході - Алгоритм інтегральної оцінки ефективності підприємств виставкової діяльності - Показники ефективності використання виставкової площі виставкових центрів - Модель розподілу виставкової площі за умови відсутності дефіциту	4
Разом	26

5. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТА

Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин	
	Очна форма	Заочна форма
Тема 1. Соціально-економічне значення та еволюція виставкової діяльності <i>Завдання:</i> поглибити теоретичні знання з еволюції розвитку виставкової діяльності та спеціалізації виставкової діяльності. Підготувати відповідь. Виставковий бізнес : монографія / Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 244 с. Лукашова Л.В. Організація виставкової діяльності : навч. посіб. / Л.В. Лукашова – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2009. – 372 с.	5	10
Тема 2. Термінологічний інструментарій виставкового бізнесу <i>Завдання:</i> поглибити теоретичні знання з класифікації виставкових заходів. Підготувати відповідь. Виставковий бізнес : монографія / Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 244 с. Пекар В. Основи виставкової діяльності : навчальний посібник / Валерій Пекар. – Київ : Євроіндекс, 2009. – 348 с.	5	10

Тема 3. Організаційно-економічний механізм управління суб'єктами виставкового бізнесу <i>Завдання:</i> поглибити знання з використання інформаційних та маркетингових технологій підприємствами виставкової діяльності. Підготувати відповідь. Виставковий бізнес : монографія / Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 244 с. Лукашова Л.В. Організація виставкової діяльності : навч. посіб. / Л.В. Лукашова – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2009. – 372 с. Пекар В. Основи виставкової діяльності : навчальний посібник / Валерій Пекар. – Київ : Євроіндекс, 2009. – 348 с.	6	10
Тема 4. Методичні основи оцінки ефективності управління суб'єктами виставкового бізнесу <i>Завдання:</i> ознайомитись зі змістом сучасної літератури щодо підходів видів економічної ефективності проведення виставкового заходу. Виставковий бізнес : монографія / Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 244 с. Жихор, О. Б. Оцінка ефективності інноваційних проектів підприємства: дис. на здобуття наук. ступ. к.е.н. за спец. 08.06.01 – економіка, організація та управління підприємствами. – Харківський державний економічний університет. – Харків, 2002. – 193 с.	6	10
Тема 5. Тенденції розвитку виставкового бізнесу <i>Завдання:</i> ознайомитись з релевантною літературою, в тому числі, за можливістю, з додатковою щодо Основних тенденцій розвитку виставкового бізнесу в Україні, а також основних чинників впливу на розвиток виставкового бізнесу в Україні. Підготувати презентацію. Виставковий бізнес : монографія / Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 244 с. http://expo.org.ua - Виставкова федерація України http://www.expoplaza.kiev.ua - Виставковий центр «КиївЕкспоПлаза»	6	10
Тема 6. Правове регулювання виставкового бізнесу <i>Завдання:</i> ознайомитись з науковою літературою щодо: Державної політики у сфері виставкової діяльності. Переваг жорсткого державного регулювання. Недоліків надмірного втручання державного регулювання у виставковий бізнес. Державної допомоги місцевим підприємствам. Підготувати презентацію. Виставковий бізнес : монографія / Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 244 с. www.president.gov.ua – сайт Президента України www.rada.gov.ua – сайт Верховної Ради України www.kmu.gov.ua – сайт Кабінету Міністрів України	6	10
Тема 7. Оцінка механізмів управління суб'єктами виставкового бізнесу <i>Завдання:</i> ознайомитись з: факторами стримування інвестицій у	6	10

будівництво виставкових центрів в Україні. Розподілом виставкових центрів по регіонах світу. Рейтингом найбільших виставкових центрів у світі. Підготувати презентацію. Виставковий бізнес : монографія / Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 244 с. www.me.gov.ua – сайт Міністерства економіки України www.ukrstat.gov.ua – сайт Держкомстату України		
Тема 8. Інтернет-технології у виставковому бізнесі Завдання: поглибити знання з розрахунку результативності просування віртуальних виставок у мережі Інтернет. Результати проаналізувати. Виставковий бізнес : монографія / Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 244 с. http://expo.org.ua - Виставкова федерація України http://www.expoplaza.kiev.ua - Виставковий центр «КиївЕкспоПлаза»	6	10
Тема 9. Інвестиційна привабливість проектів у виставковому бізнесі Завдання: поглибити знання з алгоритму розрахунку індексу значущості території для проведення виставки та алгоритму проведення добровільної сертифікації виставкових послуг. Результати проаналізувати. Виставковий бізнес : монографія / Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 244 с. Жихор, О. Б. Оцінка ефективності інноваційних проектів підприємства: дис. на здобуття наук. ступ. к.е.н. за спец. 08.06.01 – економіка, організація та управління підприємствами. – Харківський державний економічний університет. – Харків, 2002. – 193 с.	6	10
Тема 10. Методика інтегральної оцінки ефективності діяльності виставкових підприємств Завдання: ознайомитись із показниками ефективності використання виставкової площі виставкових центрів та моделлю розподілу виставкової площі за умови відсутності дефіциту. Підготувати презентацію та захистити. Виставковий бізнес : монографія / Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 244 с. Жихор, О. Б. Оцінка ефективності інноваційних проектів підприємства: дис. на здобуття наук. ступ. к.е.н. за спец. 08.06.01 – економіка, організація та управління підприємствами. – Харківський державний економічний університет. – Харків, 2002. – 193 с.	6	8
Контрольна робота	10	10
Разом	68	108

6. ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ (КОНТРОЛЬНА РОБОТА)

Контрольна робота є складовою навчального процесу, активною формою самостійної роботи студентів, і представляє собою закінчене дослідження певного напрямку.

Метою виконання контрольної роботи є активізація самостійної роботи, покращення теоретичної та практичної роботи студентів. Кожен з студентів отримує індивідуальне завдання, що сприяє:

- поглибленому вивченню теоретичного матеріалу;
- формуванню вмінь щодо класифікації учасників виставкових заходів та класифікації виставкових заходів;
- залученню студентів до самостійної роботи з науковою літературою конкретного спрямування та розвитку навиків глибокого вивчення, узагальнення та систематизації підбраного матеріалу;
- розвитку здібностей до формулювання авторських висновків та пропозицій на основі проведеного дослідження.

Завдання виконання контрольної роботи є:

- вміти аналізувати виставкову діяльність в обраному місті;
- вміти характеризувати, визначати цілі та завдання подальшого розвитку виставкової діяльності
- засвоїти класифікацію учасників виставкових заходів та класифікацію виставкових заходів
- при розгляді будь-якої теми, вміти виокремити місце та роль виставкового бізнесу у інноваційному розвитку регіону;
- вміння самостійно працювати та користуватись навчальною літературою.

Передумовами виконання завдання слугують:

- систематичне відвідування лекцій,
- активна участь в роботі на практичних заняттях,
- творча ініціатива студента,
- відповідальність та організованість студента;
- участь у студентських конференціях.

Контрольна робота виконується студентом самостійно і здається у встановлений термін (як правило, за два тижні до закінчення навчального семестру).

Студент повинен самостійно навчитися працювати з науковою економічною літературою, посібниками, довідковими, статистичними та іншими науково допоміжними матеріалами згідно з вибраною темою.

Використовуючи різноманітну літературу студент повинен уміти коротко викласти зміст вибраної теми. При цьому важливо не тільки

проаналізувати питання, але й визначити своє бачення проблеми, своє ставлення до її розв'язання.

При виконанні контрольної роботи *студент повинен користуватися* методичними вказівками щодо виконання контрольної роботи навчальної дисципліни, методичними вказівками щодо самостійної роботи дисципліни, а також навчально-методичною літературою. Запорукою успішного виконання контрольних робіт виступає повне дотримання методичних рекомендацій.

Розкриття теми має бути пов'язаним із пунктами плану контрольної роботи. Сама робота повинна бути результатом опрацювання й засвоєння декількох джерел.

Успішне виконання контрольної роботи виступає обов'язковою умовою допуску до проходження підсумкового контролю (заліку) з дисципліни. Якісно проведені дослідження можуть виступати основою для написання курсових та дипломних робіт.

Контрольну роботу студенти виконують державною мовою. Загальний обсяг – не більше 15-20 сторінок, надрукованих через 1,5 інтервалу, гарнітура Times New Roman, кегль 14 в редакторі Microsoft Word на одному звороті сторінок стандартного формату (A4) з дотриманням стандартних полів, сторінки нумерують у правому нижньому куті. В кінці роботи наводиться список використаних джерел, ставляться підпис студента і дата виконання.

Форма проведення підсумкового оцінювання виконаного дослідження – презентація та публічна доповідь (5-7 хвилин) з подальшим відкритим обговоренням або індивідуальна співбесіда на тему контрольної роботи.

При оцінці контрольної роботи враховується ступінь розкриття теми та відображення головного змісту, глибина опрацювання відповідних тематичних джерел інформації, вміння застосовувати теоретичний матеріал для вирішення практичних проблем, логічність викладу, здатність робити висновки з проведеного дослідження, відповідність технічного оформлення зазначеним нормам, якість підсумкової співбесіди або доповіді. Оцінка дається кожному з вказаних елементів виконаної роботи.

Результати виконання контрольної роботи зараховується як відповідний модуль. Загальна кількість балів за виконання дослідження – 10. Бали враховуються в підсумковий результат вивчення дисципліни.

Завдання для написання контрольної роботи з навчальної дисципліни «Організація виставкової діяльності» на тему «Розвиток виставкової діяльності в ... (вказати) місті»

1. Оберіть певне українське місто, яке Вам цікаво (з 24 обласних центрів України), та дайте стислу характеристику виставкової діяльності в цьому місті.

Що можна зробити для подальшого розвитку виставкової діяльності в цьому місті? (Користуйтеся відкритими джерелами, зокрема, Інтернетом).

2. Вивчіть конкретну виставку з близькою вам тематикою на основі її каталогу та веб-сайту.

Який формат виставки, її масштаб?

Надайте стислу характеристику складу учасників виставки.

Надайте 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? (Користуйтеся відкритими джерелами, зокрема, Інтернетом).

7. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Відповідність методів навчання та форм оцінювання визначеним результатам навчання за ОПП віддзеркалює табл. 7.1

Таблиця 7.1

Методи навчання та засоби діагностики результатів навчання за освітньою компонентною «Організація виставкової діяльності»

Шифр ПРН (відповідно до ОПП)	Результати навчання (відповідно до ОПП)	Методи навчання	Засоби діагностики /форми оцінювання
<i>РН2</i>	Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з готельної та ресторанної справи, організації обслуговування споживачів та діяльності суб'єктів ринку готельних та ресторанних послуг, а також суміжних наук	1. Репродуктивний. 2. Проблемного навчання. 3. Евристичний (частково-пошуковий). 4. Дослідницький.	Проведення поточного контролю, фінальний контроль у вигляді контрольного заходу – підсумкового контролю.
<i>РПЗ</i>	Вільно спілкуватися з професійних питань державною та іноземною мовами усно і письмово	1. Репродуктивний. 2. Проблемного навчання. 3. Евристичний (частково-пошуковий). 4. Дослідницький.	Проведення поточного контролю, фінальний контроль у вигляді контрольного заходу – підсумкового контролю.

<i>RH10</i>	Розробляти нові послуги (продукцію) використовуючи технології виробництва та обслуговування споживачів	1. Репродуктивний. 2. Проблемного навчання. 3. Евристичний (частково-пошуковий). 4. Дослідницький.	Проведення поточного контролю, фінальний контроль у вигляді контрольного заходу – підсумкового контролю.
<i>RH11</i>	Застосовувати сучасні інформаційні технології для організації роботи закладів готельного та ресторанного господарства	1. Репродуктивний. 2. Проблемного навчання. 3. Евристичний (частково-пошуковий). 4. Дослідницький.	Проведення поточного контролю, фінальний контроль у вигляді контрольного заходу – підсумкового контролю.
<i>RH18</i>	Презентувати власні проєкти і розробки, аргументувати свої пропозиції щодо розвитку бізнесу	1. Репродуктивний. 2. Проблемного навчання. 3. Евристичний (частково-пошуковий). 4. Дослідницький.	Проведення поточного контролю, фінальний контроль у вигляді контрольного заходу – підсумкового контролю.
<i>RH21</i>	Розуміти і реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності вільного демократичного суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні	1. Репродуктивний. 2. Проблемного навчання. 3. Евристичний (частково-пошуковий). 4. Дослідницький.	Проведення поточного контролю, фінальний контроль у вигляді контрольного заходу – підсумкового контролю.

Замість виконання завдань (вивчення тем) можуть також додатково враховуватись такі види активностей здобувача:

– проходження тренінг-курсів чи дистанційних курсів з використання сучасних освітніх технологій на платформах Coursera, Prometheus тощо (за наявності відповідного документу про їх закінчення, надання копії викладачу);

– участь в майстер-класах, форумах, конференціях, семінарах, зустрічах з проблем використання сучасних освітніх технологій (з підготовкою есе, прес-релізу, інформаційного повідомлення тощо, що підтверджено навчальною програмою заходу чи відповідним сертифікатом);

– участь у науково-дослідних та прикладних дослідженнях з проблем використання сучасних освітніх технологій (в розробці анкетних форм, проведенні опитувань, підготовці та проведенні фокус-груп, обробці

результатів дослідження, підготовці звіту, презентації результатів тощо, що підтверджується демонстрацією відповідних матеріалів);

8. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Згідно з наказом № 0202-1/260 від «07» серпня 2020р. лекції проводяться виключно в онлайн режимі із застосуванням платформ для відеоконференцій: ZOOM, Skype. 25-30% часу лекції обов'язково резервується для запитань, дискусій, обговорення навчального матеріалу.

Практичні заняття можуть проходити в аудиторії (до 20 осіб), чи в дистанційній формі.

Засвоєння тем розділів (поточний контроль) здійснюється на практичних заняттях відповідно до контрольних цілей. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки студентів до виконання конкретної роботи.

Поточний контроль і оцінювання результатів навчання передбачає виставлення оцінок за всіма формами проведення занять:

- контроль та оцінювання активності роботи студента під час лекційних та практичних занять (групова дискусія);
- контроль та оцінювання якості підготовки та розробки проєктних завдань в ході самостійної роботи студентів;
- контроль засвоєння теоретичного та практичного матеріалу (у вигляді тестування);
- контроль та оцінювання вмінь вирішувати розрахункові, ситуаційні та інші задачі;
- контроль та оцінювання вмінь проводити дослідження та презентувати із застосуванням сучасних інформаційних та хмарних технологій;
- контроль та оцінювання вмінь та навичок вирішувати кейсові проблемні завдання із розподілом ролей в командах.

Підсумковий контроль засвоєння розділів здійснюється по їх завершенню на основі проведення контрольної роботи. Завданням контролю є оцінювання знань, умінь та практичних навичок студентів, набутих під час вивчення певного блоку тем.

Структура залікової роботи:

- творче питання – 20 балів;
- тести – 20 балів (10 тестових завдань x 2,0 бали).

За бажанням студент має можливість обрати тестову форму виконання залікової роботи (білет містить 20 тестових завдань, студент одержує 2 бали за кожен вірну відповідь).

У разі настання / подовження дії обставин непереборної сили (в тому числі запровадження жорстких карантинних обмежень в умовах пандемії з заборонаю відвідування ЗВО) здобувачам вищої освіти надається можливість скласти залікову роботу в тестовій формі (білет містить 20 тестових завдань, здобувач одержує 2 бали за кожен вірну відповідь) дистанційно на платформі

Moodle <https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3709> в дистанційному курсі «Організація виставкової діяльності».

9. СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ

Денна форма навчання	Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання											Контрольна робота, передбачена навчальним планом	Разом	Залік (залікова робота)	Сума
	тема	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	-	-	-	-
	max	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	10	60	40	100

При вивченні кожного розділу проводиться поточний контроль у формі усного опитування та виступів студентів. На практичному занятті студент може отримати від 1 до 5 балів. Максимально студент може отримати 60 балів. Залік – 40 балів. Відповідно, максимальна кількість набраних балів по вивченню дисципліни складає 100 балів.

Вид завдання, що оцінюється	Система оцінювання знань, бали		Критерії оцінки
Оцінювання знань практичних занять (письмова або усна відповідь)	від 1.0 до 5.0	5.0	виставляється здобувачу вищої освіти, який при усній або письмовій відповіді на запитання виявив всебічні, систематизовані, глибокі знання програмного матеріалу, вмів грамотно інтерпретувати одержані результати; продемонстрував знання основної і додаткової літератури, передбачені на рівні творчого використання
		4.0-3.0	виставляється здобувачу вищої освіти, якщо при усній або письмовій відповіді на запитання здобувач вищої освіти виявив повне знання програмного матеріалу, передбачене на рівні аналогічного відтворення, але припустився окремих несуттєвих помилок
		2.0-1.0	виставляється, якщо при усній або письмовій відповіді на запитання здобувач вищої освіти виявив недостатні знання основного програмного матеріалу, в обсязі, що необхідний для подальшого навчання і роботи, передбачених програмою на рівні репродуктивного відтворення

Оцінювання здійснюється відповідно до шкали ЗВО.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка	
	для чотирирівневої шкали оцінювання	для дворівневої шкали оцінювання

90 – 100	відмінно	зараховано
70 – 89	добре	
50 – 69	задовільно	
1– 49	незадовільно	не зараховано

10. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література

1. Виставковий бізнес : монографія / Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 244 с.
2. Економічна безпека: підручник з грифом МОНУ / авт. кол. ; за ред. д-ра екон. наук, проф. О. Б. Жихор, д-ра екон. наук, проф. О. І. Барановського. – К. : УБС НБУ, 2015. – 467 с.
3. Концепція розвитку виставково-ярмаркової діяльності : затв. Постановою Кабінету Міністрів України від 22.08.2007 № 1065 // Уряд. кур'єр. – 2007. – № 162.
4. Лукашова Л.В. Організація виставкової діяльності : навч. посіб. / Л.В. Лукашова – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2009. – 372 с.
5. Місцеві фінанси : підручник / авт. кол. ; за ред. д-ра екон. наук, проф. О.Б. Жихор, д-ра екон. наук, проф. О.П. Кириленко. – К.: УБС НБУ, 2015. – 579 с.
6. Пекар В. Основи виставкової діяльності : навчальний посібник / Валерій Пекар. – Київ : Євроіндекс, 2009. – 348 с.
7. Фінансова безпека суб'єктів господарювання: підручник з грифом МОНУ / авт. кол.; за ред. д-ра екон. наук, проф. О.Б. Жихор. – К: УБС НБУ, 2014. – 605 с.

Допоміжна література

1. Антоненко І. Я. Виставковий бізнес в Україні: стан, проблеми та шляхи їх розв'язання / І. Я. Антоненко, Т. П. Дупляк // Економічний часопис – XXI. – 2013. – № 11–12. – С. 74–78.
2. 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.
3. 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.
4. Вдовічена О.Г. Виставково-ярмаркова діяльність як фактор соціально-економічного зростання регіону : автореферат дис. ... канд. екон. наук : 08.00.05 / О.Г. Вдовічена. – Ужгород : Ужгород. нац. ун-т, 2012. – 22 с.

5.Вдовічена О. Г. Методичні аспекти організації виставково-ярмаркової діяльності у регіоні / О. Г. Вдовічена // Вісник Чернівецького торгівельно-економічного інституту. – 2012. – № 4. – С. 259–266.

6.Від традицій до інновацій: сучасні моделі книжкових виставок : методичні рекомендації / Хмельницька ОУНБ ім. М. Островського. – Хмельницький, 2013. – 24 с.

7.Вдовічена О.Г. Виставково-ярмаркова діяльність як фактор соціально-економічного зростання регіону : автореферат дис. ... канд. екон. наук : 08.00.05 / О.Г. Вдовічена. – Ужгород : Ужгород. нац. ун-т, 2012. – 22 с.

8.Жихор, О. Б. Оцінка ефективності інноваційних проектів підприємства: дис. на здобуття наук. ступ. к.е.н. за спец. 08.06.01 – економіка, організація та управління підприємствами. – Харківський державний економічний університет. – Харків, 2002. – 193 с.

9.Жихор О.Б. Просторовий потенціал соціально-економічного розвитку регіону та його оцінка в контексті формування і реалізації інноваційної політики / Жихор О.Б., Баранова В.В., Тимченко М.В. // Інновації у маркетингу і менеджменті: монографія за заг. ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенка. – Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2013. – С.122-131.

10.Жихор О.Б. Особливості формування стратегій інноваційного розвитку проблемних і слаборозвинених регіонів України / Жихор О.Б., Баранова В.В., Ковальчук А.В. // Маркетингові аспекти управління інноваційним розвитком: монографія / за ред. д.е.н. проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2014. – С.83-98.

11.Жихор О.Б. Теневая экономика: проблемы интерпретации, измерения и прогнозирования / Жихор О.Б., Кузьминчук Н.В. // Современное состояние и проблемы развития бизнеса : монографія / авт. кол.; под. ред. д-ра екон. наук, проф. А. Я. Кузнецовой. – К.: УБД НБУ, 2014. – С. 153-164.

12.Жихор О.Б. Дискретное социально-экономическое пространство формирования инновационной политики развития региона // Жихор О.Б., Баранова В.В. // Устойчивое развитие предприятия, региона, общества: инновационные подходы к обеспечению : монография / под общ. ред. д-ра екон. наук, профессора О.В. Прокопенко. – Польша, «Drukarnia I Studio Graficzne Omnidium», 2014. – С. 155-167.

13.О.Б. Жихор. Теоретичні основи бізнес-адміністрування та його особливості в умовах невизначеності / С.С.Слава, О.Б.Жихор, Я.І.Алмашій, Л.І.Когут // Бізнес-адміністрування в умовах турбулентної економіки : теорія, практика, перспективи : монографія / за заг. ред. О.В. Димченко Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2016. – С.10-33.

14.Жихор О.Б. Макроекономічні тенденції сучасного періоду функціонування трансформаційної економічної системи України / Жихор О.Б., Жерліцин Д.М. // Вісник КНУ імені Т.Г. Шевченка. Економіка. – № 4(193). – 2017. – С.6-10.

15.Жихор О.Б. Обґрунтування нової парадигми політики інноваційного розвитку регіонів України / О.Б. Жихор, Баранова В.В., Буркун І.Г. // Формування ринкових відносин в Україні: збірник наукових праць. – К.:

Державний науково-дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки. – № 5 (204) – 2018. – С. 111-116.

16.Жихор О.Б. Врахування особливостей інноваційного розвитку регіонів у регіональній політиці держави/О.Б. Жихор, Баранова В.В., Буркун І.Г.// Формування ринкових відносин в Україні: збірник наукових праць. – К.: Державний науково-дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки. – № 6 (205) – 2018. – С. 14-18.

17.Жихор О.Б. Моніторинг інноваційного розвитку регіонів України у контексті євроінтеграційних викликів/О.Б. Жихор, Баранова В.В., Буркун І.Г., // Формування ринкових відносин в Україні: збірник наукових праць. – К.: Державний науково-дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки. – №7-8(206-207). – 2018. – С. 19-23.

18.Жихор О.Б. Фінансове забезпечення розвитку регіонів: теоретичні засади та аналіз в умовах децентралізаційних процесів / Жихор О.Б., Баранова В.В. // Фінансове забезпечення регіонального розвитку в умовах децентралізаційних та євроінтеграційних процесів : колективна монографія / за заг. ред. д.е.н., доц. Варцаби В.І. – Ужгород: Видавництво УЖНУ «Говерла», 2018. – С. 24-35.

19.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.

20.Климовська М. «Виставкові» витрати? Нічого особливого! / М. Климовська // Бухгалтерія. – 2006. – № 38(713). – С. 49–50.

21.Овчарек В. Є. Виставковий дизайн: визначення, структура, сфера застосування / В. Є. Овчарек // Вісник КНУТД. – 2015. – №2 (84). – С. 157–162.

22.Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика : монографія / С.В. Мельниченко. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2007. – 493 с.

23.Пацалюк К. О. Роль виставки як засобу маркетингових комунікацій / К. О. Пацалюк // Економіка. Управління. Інновації. – 2016. – Вип. 1 (16).

24.Северин В. Д. Виставкова справа в Україні / В. Д. Северин // Вісник ХДАДМ. Мистецтво. Архитектура. – 2012. – №5. – С. 17–20.

25.Сюрко Л. Є. Оцінка ефективності виставкової діяльності / Л. Є. Сюрко // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2011. – Вип. 2 (42). – С. 343–347.

26.Туровська Л. Електронна виставка як комунікаційна модель діяльності наукової бібліотеки / Л. Туровська, І. Смоляр // Вісник Книжкової палати. – 2015. – № 3. – С. 29–31.

11. ПОСИЛАННЯ НА ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ, ВІДЕО-ЛЕКЦІЇ, ІНШЕ МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

www.president.gov.ua – сайт Президента України

www.rada.gov.ua – сайт Верховної Ради України

www.kmu.gov.ua – сайт Кабінету Міністрів України

www.me.gov.ua – сайт Міністерства економіки України
www.ukrstat.gov.ua – сайт Держкомстату України
www.bank.gov.ua – сайт Національного банку України
www.nbuv.gov.ua – сайт Національної бібліотеки України ім.

Вернадського

www.librari.ukma.kiev.ua – сайт наукової бібліотеки НаУКМА
<http://expo.org.ua> - Виставкова федерація України
<http://www.expoplaza.kiev.ua> - Виставковий центр «КиївЕкспоПлаза»

12. ОСОБЛИВОСТІ НАВЧАННЯ ЗА ДЕННОЮ ФОРМОЮ В УМОВАХ ПОДОВЖЕННЯ ДІЇ ОБСТАВИН НЕПОБОРНОЇ СИЛИ (В ТОМУ ЧИСЛІ ЗАПРОВАДЖЕННЯ КАРАНТИННИХ ОБМЕЖЕНЬ ЧЕРЕЗ ПАНДЕМІЮ)

В умовах дії карантинних обмежень освітній процес в університеті здійснюється за змішаною формою навчання, а саме:

– дистанційно (за затвердженим розкладом занять) на платформі Zoom проводяться всі лекційні заняття;

– дистанційно на платформі Moodle (<https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3709>) проводяться практичні, індивідуальні заняття та консультації, контроль самостійної роботи;

– аудиторно (за затвердженим розкладом занять) проводяться 10% практичних занять у навчальних групах кількістю до 20 осіб з урахуванням відповідних санітарних і протиепідемічних заходів.