

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-педагогічної
роботи
проф. Олександр ГОЛОВКО



“30” серпня 2022 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

Виставковий бізнес

рівень вищої освіти
галузь знань
спеціальність
освітня програма
вид дисципліни

**перший (бакалаврський)
24 «Сфера обслуговування»
242 «Туризм»
«Міжнародний туристичний бізнес»
за вибором**

факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

2022 / 2023 навчальний рік

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

“30” серпня 2022 року, протокол № 1

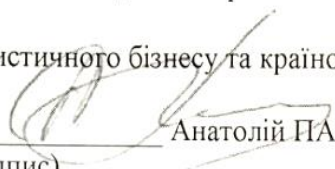
РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:

канд. іст. наук, доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства
Іван ПОСОХОВ

Програму схвалено на засіданні кафедри туристичного бізнесу та країнознавства

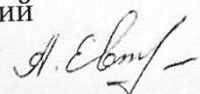
Протокол № 1 від “29” серпня 2022 року

Завідувач кафедри туристичного бізнесу та країнознавства


Анатолій ПАРФІНЕНКО
(підпис)

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Міжнародний туристичний бізнес»

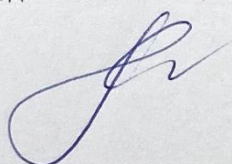
Гарант освітньо-професійної програми «Міжнародний туристичний бізнес»

 Олена ЄВТУШЕНКО

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

Протокол від “_29_” _серпня_ 2022 року, протокол №_1_

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

 Лариса ГРИГОРОВА-БЕРЕНДА

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни “Виставковий бізнес” складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалавра за спеціальністю 242 «Туризм».

Предметом вивчення навчальної дисципліни є політичні та соціокультурні чинники, а також найважливіші тенденції та процеси, що відігравали та продовжують відігравати провідну роль у формуванні та розвитку виставково-ярмаркової діяльності в туризмі сучасного світу. При цьому в центрі уваги залишається людина з її потребами, ціннісними орієнтаціями та світоглядними уявленнями.

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни є формування у студентів знань про особливості розвитку виставкової діяльності в Україні та світі.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни є

- Дослідити проблеми термінології та класифікації виставок.
- Визначити функції та методи дослідження виставково-ярмаркової діяльності.
- Розглянути класифікацію виставок і ярмарок.
- Вивчити правові основи і механізми виставково-ярмаркової діяльності.
- Розглянути виставки як ефективний засіб збуту, засіб комунікації та обміну інформацією.
- Визначити зв'язок виставки з усіма інструментами маркетингу
- Дізнатися про методи розрахунку вартості участі у виставках.
- Познайомитися з плануванням процесу виставки.
- Дізнатися про різні форми участі у виставці.
- Дослідити вибір експонатів та виставкової програми.
- Вивчити особливості стендової роботи.
- Познайомитися з географією виставкових центрів світу.
- Визначити стан виставкової діяльності в Україні.

Формування наступних загальних компетентностей:

ЗК4 – здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу.

ЗК6 – здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК9 – вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми.

ЗК14 – здатність працювати в команді та автономно.

Формування наступних фахових компетентностей:

ФК1 – Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності.

ФК2 – Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ФК3 – здатність аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території.

ФК10 – здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, вміння презентувати туристичний інформаційний матеріал.

1.3. Кількість кредитів:

Денне відділення – 4 кредити

1.4. Загальна кількість годин:
Денне відділення – 120 годин

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
За вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
3-й	
Семестр	
6-й	
Лекції	
30 год.	
Практичні, семінарські заняття	
30 год.	
Лабораторні заняття	
год.	
Самостійна робота	
50 год.	
Індивідуальні завдання	
10 год.	

1.6. Заплановані результати навчання

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти мають досягти наступних результатів:

ПРН 5	Аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території
ПРН 14	Проявляти повагу до індивідуального та культурного різноманіття
ПРН 19	Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань
ПРН 20	Виявляти проблемні ситуації та пропонувати шляхи їх розв'язання

3. Тематичний план навчальної дисципліни

Тема 1. Проблеми термінології та класифікації виставок.

Сутність та теоретико-методологічні засади виставково-ярмаркової діяльності. Функції та методи дослідження виставково-ярмаркової діяльності. Класифікація виставок і ярмарок.

Тема 2. Правові основи і механізми виставкової діяльності.

Правові основи. Структури, що координують виставково-ярмаркову діяльність.

Тема 3. Виставкова діяльність як інструмент маркетингу.

Виставка як ефективний засіб збуту, засіб комунікації та обміну інформацією. Визначити зв'язок з усіма інструментами маркетингу; виставка дозволяє здійснювати комунікативну, ціноутворюючу, збутову, товарну політику підприємства. Вибір конкретної виставки та ярмарки. Вартість участі у виставці. Структура витрат.

Тема 4. Організаційні основи виставкової діяльності.

Планування процесу виставки. Форми участі у виставці. Вибір експонатів та виставкової програми. Захист навколишнього середовища. Участь у загальній програмі. Значення виставкового стенду в організаційному процесі. Конструкція стенду. Особливості стендової роботи.

Тема 5. Географія виставкових центрів світу.

Виставково-ярмаркові комплекси Європи. Виставкові центри Азії. Особливості виставкової діяльності в США, Канаді, Мексиці. Виставкові комплекси Австралії, Африки, Південної Америки.

Тема 6. Виставкова діяльність в Україні.

Територіальна організація. Тематика. Виставкові комплекси.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Розділ 1. Виставково-ярмаркова діяльність як предмет наукового аналізу.												
Тема 1. Проблеми термінології та класифікації виставок.	18	5	5			8						
Тема 2. Правові основи і механізми виставкової діяльності.	18	5	5			8						
Тема 3. Виставкова діяльність як інструмент маркетингу.	18	5	5			8						
Тема 4. Організаційні основи виставкової діяльності.	18	5	5			8						
Тема 5. Географія виставкових центрів світу.	18	5	5			8						
Тема 6. Виставкова діяльність в Україні.	30	5	5		10	10						
Усього годин	120	30	30		10	50						

4. Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Проблеми термінології та класифікації виставок.	5
2	Правові основи і механізми виставкової діяльності.	5
3	Виставкова діяльність як інструмент маркетингу.	5
4	Організаційні основи виставкової діяльності.	5
5	Географія виставкових центрів світу.	5
6	Виставково-ярмаркова діяльність в Україні.	5
	Разом	30

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Підготовка до усного опитування на тему: «Проблеми термінології та класифікації виставок» з наступних питань: Сутність та теоретико-методологічні засади виставково-ярмаркової діяльності. Функції та методи дослідження виставково-ярмаркової діяльності. Класифікація виставок і ярмарок.	8	
2	Підготовка до усного опитування на тему: «Правові основи і механізми виставково-ярмаркової діяльності» з наступних питань: Правові основи. Структури, що координують виставково-ярмаркову діяльність.	8	
3	Підготовка до усного опитування на тему: «Виставково-ярмаркова діяльність як інструмент маркетингу» з наступних питань: Виставка як ефективний засіб збуту, засіб комунікації та обміну інформацією. Визначити зв'язок з усіма інструментами маркетингу; виставка дозволяє здійснювати комунікативну, ціноутворюючу, збутову, товарну політику підприємства. Вибір конкретної виставки та ярмарки. Вартість участі у виставці. Структура витрат.	8	
4	Підготовка до усного опитування на тему: «Організаційні основи виставково-ярмаркової діяльності» з наступних питань: Виставка як ефективний засіб збуту, засіб комунікації та обміну інформацією. Визначити зв'язок з усіма інструментами маркетингу; виставка дозволяє здійснювати комунікативну, ціноутворюючу, збутову, товарну політику підприємства. Вибір конкретної виставки та ярмарки. Вартість участі у виставці. Структура витрат.	8	
5	Підготовка до усного опитування на тему: «Географія виставкових центрів світу» з наступних питань: Виставково-ярмаркові комплекси Європи. Виставкові центри Азії. Особливості виставкової діяльності в США, Канаді, Мексиці, Австралії, Африки, Південної Америки.	8	
6	Підготовка до усного опитування на тему: «Виставково-ярмаркова діяльність в Україні» з наступних питань: Територіальна організація. Тематика. Виставкові комплекси.	10	
	Індивідуальне завдання	10	
	Разом	60	

6. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Індивідуальна навчальна робота покликана сформувати практичні навички роботи студентів зі спеціальною літературою, орієнтувати їх на інтенсивну роботу, критичне осмислення здобутих знань та поглиблене вивчення теоретичних проблем дисципліни «Виставковий бізнес» з метою підвищення якості професійної підготовки.

До форм індивідуальної навчальної роботи віднесено:

укладання глосарію із загальних понять курсу «Виставковий бізнес».

Для виконання завдання необхідно: -використовуючи довідкову літературу та інші інформаційні джерела [93-96], з'ясувати значення запропонованих нижче термінів та записати значення кожного терміну до робочого зошиту з дисципліни «Виставковий бізнес»; -розібратися у сутності кожної запропонованої категорії; -підготуватися до дискусії в аудиторії щодо розуміння вивченого матеріалу; -у випадку наявності декількох тлумачень кожного терміну, обґрунтувати, якої саме інтерпретації дотримується студент і чому;

- за умови, що значення якогось терміну є незрозумілим, зафіксувати запитання до зошиту, а під час дискусії в аудиторії за запропонованими темами, винести їх на обговорення або проконсультуватися з викладачем.

7. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Методи навчання, як впорядковані способи взаємопов'язаної, целеспрямованої діяльності викладача та студентів, спрямовані на ефективне розв'язання навсально-виховних завдань, реалізуються через систему прийомів та засобів навчальної діяльності. Прийоми навчання (конкретні дії викладача та студентів), спрямовані на реалізацію вимог методів. Засоби навчання – різноманітне навчальне обладнання, яке використовується у системі пізнавальної діяльності, зокрема, технічні засоби.

7.1. Словесні методи навчання:

- лекція;
- бесіда;
- розповідь;
- пояснення;

7.2. Наочні методи навчання:

- ілюстрація;
- демонстрація;

7.3. Практичні методи навчання:

- метод робіт з письмовими джерелами;
- метод робіт з аудіо/ відеоматеріалами;
- практичні заняття;

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 дистанційний формі.

Система оцінювання знань, вмінь та навичок студентів передбачає виставлення оцінок за усіма формами проведення занять.

Перевірка та оцінювання знань студентів може проводитися у наступних формах.

1. Оцінювання роботи студентів під час практичних (семінарських) занять.
2. Оцінка за індивідуальну роботу студентів.
3. Проведення проміжного тестового контролю.
4. Проведення підсумкового контролю.

Оцінка зі змістовного модулю складається з поточної оцінки, яку студент отримує під час практичних (семінарських) занять, оцінки за проміжний тестовий контроль та оцінки за індивідуальну роботу.

Загальна оцінка з дисципліни визначається як сукупність балів, що студент отримує за змістовні модулі та модульний контроль.

Порядок поточного оцінювання знань студентів. Поточне оцінювання здійснюється під час проведення практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовки студентів до встановлених завдань. Зокрема, поточному контролю підлягають:

1. активність та результативність роботи студента протягом семестру у вивченні програмного матеріалу дисципліни; відвідування занять;
2. виконання індивідуального завдання;
3. виконання проміжного тестового завдання зі змістовного модулю.

Контроль систематичності виконання самостійної роботи та активності на практичних (семінарських) заняттях.

Оцінювання здійснюється за наступними критеріями.

1. ступінь засвоєння матеріалу дисципліни;
2. ознайомлення з основною та додатковою літературою;
3. логіка, стиль виклад матеріалу в письмових роботах та усному виступі, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.
4. якість, самостійність та своєчасність виконання необхідних завдань.

Проміжний тестовий контроль зі змістовних тем. Проміжний тестовий контроль знань студентів здійснюється шляхом проведення тестування з основних навчальних елементів змістовних тем.

До складання екзамену допускаються студенти, які мають задовільну кількість балів зі складених тестів з основних навчальних елементів змістовних модулів, складання глосарію, написання та захисту реферату.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять. Сума балів, які студент денної форми навчання може набрати за першим та другим розділом, дорівнює 60.

Підсумковий контроль засвоєння матеріалу здійснюється по їх завершенню на підсумкових заняттях та на заліку.

Оцінка успішності студента з дисципліни є рейтинговою і виставляється за багатобальною шкалою.

Семестровий підсумковий контроль з дисципліни є обов'язковою формою контролю навчальних досягнень студента. Він проводиться відповідно до навчального плану у вигляді семестрового заліку в терміни, встановлені графіком навчального процесу та в обсязі навчального матеріалу, визначеного цією робочою програмою дисципліни.

Сумарна оцінка за вивчення дисципліни розраховується як сума контрольних оцінок та балів, отриманих за результатами поточного та підсумкового семестрового контролю. Загальна сума балів поточного та підсумкового семестрового контролю складає 100.

Підсумковий семестровий контроль здійснюється під час проведення заліку. Загальна кількість балів за успішне виконання залікових завдань – 40. Час виконання – до 80 хвилин

Вміст залікового білета й оцінювання відповідей на заліку:

Теоретичне питання – 20 балів

Творче питання – 20 балів

УВАГА! У разі використання заборонених джерел на заліку студент на вимогу викладача залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку (0).

У разі настання / подовження дії обставин непоборної сили, здобувачам вищої освіти денної та заочної форм навчання надається можливість скласти залік в тестовій формі (білет містить 20 тестових завдань, здобувач одержує 2 бали за кожну вірну відповідь) дистанційно на платформі Moodle в дистанційному курсі «Виставковий бізнес».

9. СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ

Поточний контроль та самостійна робота									Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	ІНДЗ	Разом	Залік	100
5	5	5	5	5	5	30	60	40	

Критерії оцінювання для семінарських занять

4–5 балів – нараховуються в разі якщо відповідь є правильною, обґрунтованою, логічною, містить аналіз і систематизацію, зроблені аргументовані висновки; відповідь супроводжується презентацією; студент активно працює протягом усього семінарського заняття, показує глибоке оволодіння лекційним матеріалом, здатний висловити власне ставлення до альтернативних міркувань з конкретної проблеми, проявляє вміння самостійно та аргументовано викладати матеріал.

2–3 бали – нараховуються в разі якщо відповідь відтворює значну частину навчального матеріалу; презентація відсутня; студент виявляє знання і розуміння основних положень з навчальної дисципліни, певною мірою може аналізувати матеріал, порівнювати та робити висновки; протягом семінарського заняття студент працює недостатньо активно, питання висвітлює повно, виявляє уміння аналізувати факти й події, а також виконувати навчальні завдання; у відповідях допущені неточності та певні помилки, при викладенні матеріалу має місце недостатня аргументованість.

1–2 бали – нараховуються в разі якщо відповідь відтворює основні положення навчального матеріалу на рівні запам'ятовування без достатнього розуміння; презентація відсутня; студент у цілому оволодів суттю питань з даної теми, виявляє знання лекційного матеріалу, навчальної літератури, намагається аналізувати факти й події, робити висновки; водночас, студент не проявляє активності на практичних заняттях, відповідає лише за викликом викладача, дає неповні відповіді на запитання, припускається грубих помилок при висвітленні теоретичного матеріалу.

Критерії оцінювання залікової роботи:

40–30 балів – нараховуються в разі якщо відповідь є правильною, обґрунтованою, логічною, містить аналіз і систематизацію, зроблені аргументовані висновки; студент показує глибоке оволодіння лекційним матеріалом, здатний висловити власне ставлення до альтернативних міркувань з конкретної проблеми, проявляє вміння самостійно та аргументовано викладати матеріал.

30–20 балів – нараховуються в разі якщо відповідь відтворює значну частину навчального матеріалу; студент виявляє знання і розуміння основних положень з навчальної дисципліни, певною мірою може аналізувати матеріал, порівнювати та робити висновки; питання висвітлює повно, виявляє уміння аналізувати факти й події, а також виконувати навчальні завдання; у відповідях допущені неточності та певні помилки, при викладенні матеріалу має місце недостатня аргументованість.

20–0 балів – нараховуються в разі якщо відповідь відтворює основні положення навчального матеріалу на рівні запам'ятовування без достатнього розуміння; студент у цілому оволодів суттю питань з даної теми, виявляє знання лекційного матеріалу, навчальної літератури, намагається аналізувати факти й події, робити висновки; водночас, студент дає неповні відповіді на запитання, припускається грубих помилок при висвітленні матеріалу екзаменаційного білету.

Критерії оцінювання індивідуального завдання:

20–30 балів – нараховуються в разі якщо відповідь є правильною, обґрунтованою, логічною, містить аналіз і систематизацію, зроблені аргументовані висновки; студент показує глибоке оволодіння лекційним матеріалом, здатний висловити власне ставлення до альтернативних міркувань з конкретної проблеми, проявляє вміння самостійно та аргументовано викладати матеріал.

10–20 балів – нараховуються в разі якщо відповідь відтворює значну частину навчального матеріалу; студент виявляє знання і розуміння основних положень з навчальної дисципліни, певною мірою може аналізувати матеріал, порівнювати та робити висновки; питання висвітлює повно, виявляє уміння аналізувати факти й події, а також виконувати навчальні завдання; у відповідях допущені неточності та певні помилки, при викладенні матеріалу має місце недостатня аргументованість.

0–10 балів – нараховуються в разі якщо відповідь відтворює основні положення навчального матеріалу на рівні запам'ятовування без достатнього розуміння; студент у цілому оволодів суттю питань з даної теми, виявляє знання лекційного матеріалу, навчальної літератури, намагається аналізувати факти й події, робити висновки; водночас, студент дає неповні відповіді на запитання, припускається грубих помилок при висвітленні матеріалу екзаменаційного білету.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка за національною шкалою
	для заліку
90 – 100	зараховано
70-89	
50-69	
1-49	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. Виставкова діяльність в Україні: статистичний бюлетень / за ред. І.В. Калачової. – Київ : Держкомстат України, 2013. – 53 с.
3. Виставкова федерація України. – Режим доступу: [//http://expo.org.ua](http://expo.org.ua)
4. Виставковий бізнес в Україні: інтеграція освіти, науки та практики : зб. наук. праць (специвипуск) – Київ : Ін-т реклами – 2009. – 143 с.
5. Виставковий центр «КиївЕкспоПлаза». – Режим доступу : <http://www.expoplaza.kiev.ua>
6. Вітренко А. Ефективність участі фірми у міжнародних виставках / А. Вітренко // Економіка і підприємництво: стан та перспективи. – 2001. – С. 286–291.
7. Воронкова А.Е. Діагностика стану підприємства: теорія і практика : монографія / А.Е. Воронкова. – Харків : ІНЖЕК, 2008. – 520 с.

8. Грещак М.Г. Внутрішній економічний механізм підприємства : навч. посіб. / М.Г. Грещак – Київ : КНЕУ, 2011. – 228 с.
9. Державна служба статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
10. Дупляк Т.П. Оцінка ефективності управління підприємствами виставкової діяльності / Т.П. Дупляк // Маркетинг в Україні. – 2011. – № 2. – С. 29–34.
11. Дупляк Т.П. Теоретичні засади сутності організаційно-економічного механізму управління підприємствами виставкової діяльності / Т.П. Дупляк // Економіка, підприємництво та менеджмент. – 2007. – № 9. – С. 42–49.
12. Економіка підприємства : навч. посіб. / А.В. Шегда, Т.М. Литвиненко, М.П. Нахаба та ін. ; за ред. А.В. Шегди. – 3-тє вид., випр. – Київ : Знання-Прес, 2003. – 335 с.
13. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для вузів / І.В. Багрова, Н.І. Редіна, В.Є. Власюк, О.О. Гетьман ; за ред. І.В. Багрової. – Київ : Центр навч. літ., 2004 – 580 с.
14. Кривов'язюк І.В. Економічна діагностика підприємства: теорія, методологія та практика застосування : монографія / І.В. Кривов'язюк. – Луцьк : Надстир'я, 2007. – 260 с.
15. Куценко А.В. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності підприємства : монографія / А.В. Куценко. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 205 с.
16. Лукашова Л.В. Організація виставкової діяльності : навч. посіб. / Л.В. Лукашова – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2009. – 372 с.
17. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика : монографія / С.В. Мельниченко. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2007. – 493 с.
18. Осовська Г.В. Менеджмент організацій : навч. посіб. / Г.В. Осовська, О.А. Осовський. – Київ : Кондор, 2005.
19. Осовська Г.В. Економічний словник / Г.В. Осовська, О.О. Юшкевич, Й.С. Завадський. – Київ : Кондор, 2007.
20. Пекар В.О. Основи виставкової діяльності : навч. посіб. Для студ. вищ. навч. закл. / В.О. Пекар ; Ін-т реклами, Вища шк. виставк. менеджм. – Київ : Євроіндекс, 2009. – 348 с.
21. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т.І. Ткаченко. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2009. – 463 с.
22. Хміль Ф.І. Основи менеджменту : підручник / Ф.І. Хміль. – Київ : Академвидав, 2003. – 608 с.

Допоміжна література

1. Антоненко І.Я. Виставкова діяльність в Україні: стан, проблеми та шляхи їх розв'язання / І.Я. Антоненко, Т.П. Дупляк // Економічний часопис ХХІ. – 2013. – №11–12(1). – С. 74–78.
2. Аршевська М. Проблема оцінки ефективності виставкової діяльності / М. Аршевська // Маркетинг и реклама. – 2006. – № 1 (113). – С. 53–57.
3. Базченко Л. Виставкове обладнання: облікові деталі / Л. Базченко, В. Ксендзова, К. Островська // Бухгалтерія. – 2006. – № 38 (713). – С. 51–54.
4. Безкоровайна Л.В. Організаційно-економічний механізм ефективної операційної діяльності підприємства : дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Л.В. Безкоровайна. – Харків : Харківський національний економічний ун-т, 2005. – 269 с.
5. 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.
6. Гавриляка С. Участь у виставках та ПДВ / С. Гавриляка // Бухгалтерія. – 2006. – № 38 (713). – С. 55–57.

7. Кінаш І. Політика розвитку виставкової інфраструктури в Україні / І. Кінаш // Бізнес-інформ. – 2013. – № 3. – С. 358–361.
8. Концепція розвитку виставково-ярмаркової діяльності : затв. Постановою Кабінету Міністрів України від 22.08.2007 № 1065 // Уряд. кур'єр. – 2007. – № 162.
9. Косенко О. Виставка як ефективний засіб маркетингової діяльності / О. Косенко, В. Балишева // Вісник НТУ «ХП». – 2014. – № 32 (1075). – С. 188–193.
10. Макаренко М.В. Формування механізму управління ефективним функціонуванням підприємства / М.В. Макаренко // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 1. – С. 126–135.
11. Мангушев Д. Сучасний стан виставково-ярмаркових заходів / Д. Мангушев // Ефективна економіка. – 2014. – № 3 – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2855>
12. Ткаченко Т.І. Оцінка інвестиційної привабливості виставкового продукту / Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. – 2011. – № 1. – С. 268–276.
13. Шурубур А. Стандартизація виставкової діяльності документальних фондів / А. Шурубур // Стандартизація, сертифікація, якість. – 2003. – № 5. – С. 30–31.
14. Adventure tourism market study 2020 [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://files.adventuretravel.biz/docs/research/adventure-tourism-market-study-2020-web.pdf>
15. Basics Of Virtual Trade shows. – Режим доступу : <http://blog.moddisplays.com/2008/03/09/basics-of-virtual-trade-shows/>
16. Environmental Management for Sustainable Development / Chris Barrow, 2006.: Routledge publications. – 289 p.
17. Event Marketing: how to successfully promote events, festivals, conventions and expositions. Leonard H. Hoyle. 2002.
18. Review on Laws and Regulation/ Ministry of tourism and creative economy: Pangendare. – 2011. – 26 p.
19. Romancing the Wild: Cultural Dimensions of Ecotourism / Robert Fletcher, 2014.: New Ecologies for the Twenty-First Century. – 264 p.
20. Trade Show and Event Marketing : Plan, Promote and Profit. Ruth P. Stevens. Thomson, 2005.
21. Travel & Tourism Economic impact 2020 Ukraine [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wttc.org//media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/ukraine2020.pdf>
22. UFI – The Global Association of the Exhibition Industry – Basic Knowledge, Fundamentals. – Режим доступу : <http://www.ufi.org/pages/thetradefairsector/basicknowledge.asp>
23. UNWTO Tourism Highlights, 2020 Edition [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2020-edition>

11. ОСОБЛИВОСТІ НАВЧАННЯ ЗА ДЕННОЮ ФОРМОЮ В УМОВАХ ПОДОВЖЕННЯ ДІЇ ОБСТАВИН НЕПОБОРНОЇ СИЛИ

В умовах дії обставин непоборної сили 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 проводяться практичні, індивідуальні заняття та консультації, контроль самостійної роботи;
- аудиторно (за затвердженим розкладом занять) проводяться до 50% практичних занять у навчальних групах кількістю до 20 осіб з урахуванням відповідних санітарних і протиепідемічних заходів.