

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

**КОМПЛЕКС НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
З ДИСЦИПЛІНИ
«ОРГАНІЗАЦІЯ ВИСТАВКОВО-ЯРМАРКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В
ТУРИЗМІ»**

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Галузь знань	1401 «Сфера обслуговування»
Спеціальність	6.140103 «Туризм»
Освітня програма	«Туризм»
Вид дисципліни	обов'язкова
факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу	

Укладач: к.і.н., доцент Посохов І.С.

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор
з науково-педагогічної роботи

“ _____ ” _____ 2018 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

Організація виставково-ярмаркової діяльності в туризмі

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Галузь знань	1401 «Сфера обслуговування»
Спеціальність	6.140103 «Туризм»
Освітня програма	«Туризм»
Вид дисципліни	обов’язкова
факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу	

2018 / 2019 навчальний рік

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

“28” серпня 2018 року, протокол № 1

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:

канд. іст. наук, доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства Посохов І.С.

Програму схвалено на засіданні кафедри
туристичного бізнесу та країнознавства

Протокол від “28” серпня 2018 року № 1

Завідувач кафедри туристичного бізнесу та країнознавства

_____ А.Ю. Парфіненко
(підпис)

Програму погоджено методичною комісією
факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Протокол від “28” серпня 2018 року № 1

Голова методичної комісії факультету міжнародних економічних відносин
та туристичного бізнесу

_____ Л.І. Григорова-Беренда
(підпис)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни “Організація виставково-ярмаркової діяльності в туризмі” 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 виставково-ярмаркової 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 виставково-ярмаркової діяльності в Україні.

1.3. Кількість кредитів:

Денне відділення – 3 кредити

1.4. Загальна кількість годин:

Денне відділення – 90 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.	12 (4 ауд., 8 дист.)
Практичні, семінарські заняття	
15 год.	
Лабораторні заняття	
год.	
Самостійна робота	
35 год.	78
Індивідуальні завдання	
год.	

1.6. Згідно з вимогами освітньо-професійної (освітньо-наукової) програми студенти повинні досягти таких результатів навчання:

знати: фактори, які впливають на розвиток туризму в Україні; територіальну організацію лікувального туризму в Україні; територіальний розподіл оздоровчого (рекреаційного) туризму в Україні; напрямки культурно-пізнавального туризму України, розвиток спортивного туризму в Україні, територіальна організація ділового і наукового туризму України, основні центри релігійного туризму України; основні регіони з етнічним туризмом в Україні; розвитку туристсько-рекреаційної галузі в Україні; діяльність туристичних операторів і агентів України; розвиток готельного господарства в Україні; діяльність санаторно-курортної галузі України.

вміти: добре орієнтуватися в територіальній організації основних видів туризму України; аналізувати розвиток рекреаційно-туристської індустрії в Україні на сучасному етапі і окремих її галузей, а саме: діяльність туроператорів і турагентів, готельне господарство, санаторно-курортну галузь України для використання у подальшій професійній діяльності.

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 виставково-ярмаркової діяльності.

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

Тема 3. Виставково-ярмаркова 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 виставково-ярмаркової 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. Виставково-ярмаркова 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.	14	5	2			7						
Тема 2. Правові основи і механізми виставково-ярмаркової діяльності.	14	5	2			7						
Тема 3. Виставково-ярмаркова діяльність як інструмент маркетингу.	14	5	2			7						
Тема 4. Організаційні основи виставково-ярмаркової діяльності.	16	5	3			8						
Тема 5. Географія виставкових центрів світу.	16	5	3			8						
Тема 6. Виставково-ярмаркова діяльність в Україні.	16	5	3			8						
Усього годин	90	30	15			45						

4. Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Проблеми термінології та класифікації виставок.	2
2	Правові основи і механізми виставково-ярмаркової діяльності.	2

3	Виставково-ярмаркова діяльність як інструмент маркетингу.	2
4	Організаційні основи виставково-ярмаркової діяльності.	3
5	Географія виставкових центрів світу.	3
6	Виставково-ярмаркова діяльність в Україні.	3
	Разом	15

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин
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.	5
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.	6
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.	6
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.	6
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. Виставкові комплекси Австралії, Африки, Південної Америки.	6
6	Підготовка до усного опитування на тему: «Виставково-ярмаркова діяльність в Україні» з наступних питань: Територіальна організація. Тематика. Виставкові комплекси.	6
7	Виконання контрольної роботи	10
	Разом	45

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 «Організація виставково-ярмаркової діяльності в туризмі» з метою підвищення якості професійної підготовки.

До форм індивідуальної навчальної роботи віднесено: укладання глосарію із загальних понять курсу «Організація виставково-ярмаркової діяльності в туризмі».

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 «Організація виставково-ярмаркової діяльності в туризмі»; -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.

Написання контрольної роботи з дисципліни «Організація виставково-ярмаркової діяльності в туризмі».

Контрольна робота передбачає систематизацію, закріплення, розширення теоретичних і практичних знань з курсу, розвиток навичок самостійної роботи з літературними джерелами, вміння презентувати результати роботи. Контрольна робота виконується самостійно. На початку семестру кожен студент отримує тему контрольної роботи, що відповідає проблематиці практичних занять та лекційного курсу. Студент має право самостійно обрати тему контрольної роботи заздалегідь узгодивши її з викладачем. Оцінка за контрольну роботу враховується при виставленні загальної оцінки з дисципліни. Під час написання контрольної роботи студент повинен опрацювати не менше п'яти джерел з відповідними посиланнями на них у тексті роботи. Текст роботи має містити реферативне викладення матеріалу з приводу визначеної теми.

Контрольна робота складається з титульної сторінки; змісту; вступу; основної частини; висновків; списку використаної літератури; додатків (за необхідності). Вступ має розкривати актуальність обраної теми, її проблематику та мету завдання. Основна частина має містити реферативне викладення матеріалу теми. У висновку потрібно викласти міркування стосовно досягнення мети роботи. У друкованому варіанті обсяг роботи повинен становити 7-10 стор. Орієнтовна кількість сторінок у структурі контрольної роботи становить: вступ - 1 стор.; основна частина 5-8 стор.; висновок - 1 стор.; список використаної літератури - 1 стор.

7. Методи контролю

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 модульного 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 (модулю) 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.

Підсумковий контроль здійснюється у формі екзамену. Загальна тривалість екзамену 2 академічні години. 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 екзаменаційному занятті.

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 підсумкового семестрового контролю. Загальна сума балів підсумкового семестрового контролю складає 100.

Підсумковий семестровий контроль здійснюється під час проведення екзамену.

Загальна кількість балів за успішне виконання екзаменаційних завдань дорівнює 40.

8. Розподіл балів, які отримують студенти

Приклад для екзамену

Поточний контроль та самостійна робота							Разом	Екзамен	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	к\р	60	40	100
5	5	5	5	5	5	10			

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка за національною шкалою
	для екзамену
90 – 100	відмінно
70-89	добре
50-69	задовільно
1-49	не задовільно

9. Рекомендована література

Основна література

1. Александрова Н., Сорокина Е., Филоненко И. Выставочный менеджмент. Промэкспо. М., 2001.
2. Александрова Н., Сорокина Е., Филоненко И. Выставочный менеджмент. – М.: Промэкспо, 2005. – 262 с.
3. Алешина И.В. Поведение потребителей: Учеб. пособие для вузов. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2000. – 384 с.
4. Амблер Т. Практический маркетинг / Т. Амблер.- СПб: Издательство «Питер», 2005. – 612 с.
5. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегии / Г. Ассель. - М.: ИНФРА, 2004. — 324 с.
6. Беляновский А.С. Маркетинговая реакция на появление выставки-конкурента // ЭКСПО ВЕДОМОСТИ. – 2007. – №1. – с. 23–26
7. Березин И.С. Маркетинг и исследования рынков. М.: Русская Деловая Литература, 1999.
8. Бижанова Е.М. Анализ процесса отбора выставок/ Е.М. Бижанова // Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции «Опыт и проблемы маркетинговой деятельности в российском предпринимательстве» – Пенза: РИО ПГСХА, 2004, с. 86 – 89.
9. Валько А.А. Особенности рекламы на внешнем рынке / А.А. Валько // Маркетинг, реклама и сбыт. - 2004. - № 5 - С. 28-30
10. Выставки России: цифры и факты // Удача-Экспо. – 2007 – №3. – с. 27–29.
11. Голицына С. Что показала выставка МІТТ // Туризм: практика, проблемы, перспективы – 2001. - №4.
12. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика – 2-е издание, переработанное и дополнительное / Е.П. Голубков. – М.: Издательство «Финпресс», 2009 – 464 с.
13. Гусев Э.Б., Прокудин В.А., Салащенко А.Т.. Основы выставочной деятельности Учебное пособие / Под ред. акад. Лаверова Н.П.. - М.: Из-во Рос.экон.акад., 2003.
14. Гусев Э.Б., Прокудин В.А., Салащенко А.Г. Выставочная деятельность в России и за рубежом. – М.: Дашков и К, 2005. – 516 с.
15. Дарьина Е.М. Роль выставок в продвижении инновационных проектов/ Е.М. Дарьина, Л.Н. Семеркова // Материалы межвузовской научнопрактической конференции студентов и аспирантов «Управление инвестиционными и инновационными процессами в экономике» – Пенза, 2000, с. 116 – 117.

16. Дженстер П., Хасси Д. Анализ сильных и слабых сторон компании: определение стратегических возможностей. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 368 с.
17. Затонец, Н.Д. Презентация как инструмент взаимодействия с общественностью / Теория и практика менеджмента и маркетинга: Материалы VI междунауч. науч.-практ. конференции. Минск, 30-31 мая 2005 г. / Под общей редакцией д.э.н., проф. И.Л. Акулича. – Минск: ООО «Мэджик Бук», 2005.- 100 с.
18. Зеленина И.К. Организация и повышение эффективности участия малых, средних предприятий в выставках и ярмарках. С.-П., 2004. – 54 с.
19. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок / Пер. с англ. В.А. Гольдича и А.И. Оганесовой; Науч. Ред. И авт. Вступ. ст. Б.А. Соловьев. М.:ООО «Издательство АСТ», 2000.-272с.
20. Критсотакис Я.Г. Торговые ярмарки и выставки. Техника участия и коммуникации . 2-е изд., перераб. Доп. - М.: Издательско-торговая компания «Дашков и К», 2002.- 1012 с.
21. Критсотакис Я.Г. Торговые ярмарки и выставки. Техника участия и коммуникации - М.: Ось-89,1997.
22. Крылов И.В. Теория и практика рекламы в России. –М.: Издательство Центр, 1996.
23. Мазманова, Б. Стимулирование персонала, занятого продажами / Б.Мазманова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. - №2 – С.12-18.
24. Международный журнал «Выставочное обозрение» / «Exhibition Review» за 1999–2001 гг.
25. Миллер С. Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом. – М.: Довгань, 2005. – 209 с.
26. Миллер С. Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом. - М Довгань, 1998.
27. Миронова Е. Куда пойти на «Интурмаркете» // Горячая линия. Туризм. №2. 2009.
28. Назаренко Л.Ф. Выставка как инструмент маркетинга. – М: Филинь, 2004. – 165 с.
29. Новиков М.Л., Симонов К.В. Факторы, определяющие ценовую политику российских выставочных операторов. Интернет версия. 2006.
30. Олвуд Д., Монтгомери Б. Выставки: планирование и дизайн. – Новосибирск: Interbook, 1991. - 33 с.
31. Осипов Д. Вопросы и ответы сайта МИТТ. 2002 //Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2002. – № 1.
32. Основы выставочно-ярмарочной деятельности / Под ред. Л.Е. Стровского – М.: Маркетинг, 2005. – 230 с.
33. Павлова А. Организаторы МИТТ: успех выставки не повод почить на лаврах //Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2001. – № 5.
34. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К. Рекламная деятельность. Учебник для студентов вузов. 2-е изд., переработанное и дополненное. М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2000.
35. Саюшев В.А. 50 золотых правил экспонента. Журнал «Экспомир». 2003. №1.
36. Седова М. За витриной выставки //Обучение за рубежом. № 7. 2001.
37. Семенцова Т. Современные технологии выставочного маркетинга//Вопросы экономики – 2001 – №3.
38. Современные технологии управления выставочными проектами // Менеджмент в России и за рубежом. – 2007. - № 4. - С. 125-129.
39. Стровский Л.Е., Фролова Е.Д., Демченко Е.А. Рынок выставочно-ярмарочных услуг: формирование, функционирование, регулирование / Под общ. редакцией д.э.н., проф. Л.Е. Стровского. – Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ-УПИ, 2004. – 370с.
40. Трофимов С.Н. Выставочная деятельность и ее регулирование. – СПб.: Невский фонд, 2006. – 126 с.

41. Туризм и гостиничное хозяйство: Учебник / Под ред. проф. Чудновского М.: ЭКМОС, 2000.
42. Успешное участие в выставках. Made in Germany. - Комитет германской экономики по делам торговых выставок и ярмарок (AUMA) - Essen. A.Zutter Messe-Verlag, 1997. - издание для России.
43. Фирдман С. Как показать товар лицом: выставки и презентации. – М.: КОНСЭКО, 1994.

Допоміжна література

1. Історія світової цивілізації: Соціокультурний розвиток людства: Навч.посібник для вузів: / Ю.В. Павленко. - 2-е вид. - К.: Либідь, 2000. - 358 с.
2. Історія сучасного світу: і С.М. Куліш, 2007.
3. Аваков Р. Колонизация и деколонизация: эволюция развивающегося мира // Мировая экономика международные отношения. - 2000. - №9.
4. Алексеев В.В., Нефедов С.А. Гибель советского Союза в контексте истории социализма // Общественные науки и современность. - 2002. - №6.
5. Арндт Ханна Джерела тоталітаризму: перевод с англ.: В. Верлока. Д. Горчаков. - К.: Дух і Літера, 2002 . - 573 с.
6. Балабанова Н.В. Суспільство знань та інновацій: шлях до майбутнього України. - К.: Арістей. 2005. - 103 с.
7. Баранников В.Г., Матренина Л.Ф. Динамика религиозности в информационном обществе // Социологические исследования. - 2004. - №9.
8. Барг М.А. Великая английская революция в портретах ее деятелей: / М.А. Барг . - М.: Мысль, 1991. - 399 с.
9. Бовин Ю. Ведущие тенденции развития международных отношений // Международная жизнь. - 2004. - №4/5.
10. Вайнштейн Г. От новых технологий к «новой экономике» // Мировая экономика и международные отношения. - 2002. - №10.
11. Васильчук Ю. Постиндустриальная экономика и развитие человека // Мировая экономика и международные отношения. - 2003. - №7 - 8.
12. Видоевич З. Глобализация: хаотизация и конфликты в современном мире // Социологические исследования. - 2005. - №4.
13. Выдающиеся политики: Отто фон Бисмарк. Меттерних: Перевод с : нем. / Андреас Хильгрюбер, Петер Берглар; перевод И.И. Жарова, О.Е. Рывкина . - Ростов-н/Д: Феникс, 1998. - 315 с.
14. Гаджиев К.С. О природе конфликтов и войн в современном мире // Вопросы философии. - 1997. - №6.
15. Галкин А.А. Глобализация и политические потрясения XXI века // Полис. - 2005. - №4.
16. Глобализация и социокультурная динамика: личность, общество, культура // Полис. - 2003. - №1.
17. Глобальный мир: единый и разделенный. Эволюция теорий глобализации: / Г'итас П.А., Н.А. Зотова. - М.: Международные отношения, 2005. - 676 с.
18. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования: перевод с англ. / Даниел Белл; Под ред. ВЛ. Иноземцева. - М., 1999. - 786 с.
19. Демиденко З.С. Перспективы образования в меняющемся мире // Социологические исследования. 2005. - №2.
20. История международных отношений и внешней политики России (1640-2000): Учебник для вузов: / А.С. Протопонов, В.М. Кузьменко. - М.: Аспект Пресс. 2001. - 343 с.
21. Капица С.П. Глобальная демографическая революция и будущее человечества //

- Новая и новейшая история. - 2004. - №4.
22. Кольчугина М. «Новая экономика» - новое образование // Мировая экономика и международные отношения. - 2003. - №12.
 23. Лебедев М.М. Проблемы развития мировой политики // Полис. - 20004. - №5.
 24. Мартин Лютер. Жан Кальвин /И.Штедтке: перевод с нем. / Ф.В. Кантценбах, И. Штедтке; перевод О.Е. Рывкина. - Ростов-н/Д: Феникс, 1998. - 307 с.
 25. Маруховський О. Переваги і вади інформаційного суспільства // Політичний менеджмент. - 2005. - №1.
 26. Метаморфози світу: соціологія глобалізації: перевод с англ. / Домінік Мартен, Жан-Люк Мецжер и Філіп П'єр; Пер. Є.Т. Марічев. - К.: ВД «КМ Академія», 2005. - 302 с.
 27. Мирский Г. Исламская цивилизация в глобализирующемся мире //Мировая экономика и международные отношения. - 2004. - №6.
 28. Москвин Л.Б. Новые социальные измерения в современном мире // Общественные науки и современность. - 1999. - №3.
 29. Наумкин В.В. Исламский радикализм в свете новых подходов // Восток. - 2006. - №1.
 30. Неклесса А. Глобальная трансформация: сущность, генезис, прогноз // Мировая экономика и международные отношения. - 2004. - №1.
 31. Павленко Ю.В. Україна в системі глобального цивілізаційного простору // Економіка і прогнозування. - 2003. - №1.
 32. Пахомов Ю.Н., Крымский С.Б., Павленко Ю.В. Пути и перепутья современной цивилизации. - К., 1998.
 33. Первая мировая война: Пролог XX века: / Ин-т всеобщей истории РАН; Отв.ред. В.Л. Мальков. - М.: Наука, 1999. - 697 с.
 34. Попов В. Исламский фактор в мировой политике // Азия и Африка сегодня. - 2004. - №1.
 35. Практика глобализации: игры и правила новой эпохи:/ О.В. Братимов. Ю.М. Горский, М.Г. Делягин, А.А. Коваленко. М.: ИНФРА-М, 2000. - 344 с.
 36. Рашковский Е. Восточное в глобальном // Мировая экономика и международные отношения. - 2005. - №1.
 37. Рашковский Е. Европа: внутренний облик и глобально-историческая динамика // Мировая экономика и международные отношения. — 2005. - №12.
 38. Рашковский Е. Ислам в динамике глобальной истории // Мировая экономика и
 39. Рашковский Е. Религиозная сфера и интеллектуальные ресурсы человеческого развития // Мировая экономика и международные отношения. 2004. - №6.
 40. Рашковский Е.Б. Тоталитаризм как феномен XX века // Восток: Афро-азиатские общества: история и современность. - 1993. - №5.
 41. Розлогов К.З. Глобальная и/или массовая? // Общественные науки и современность. - 2003.-№2.
 42. Рябченко Н. Исторический опыт народов Востока и глобальная цивилизация // Азия и Африка сегодня. - 2004. -№11.
 43. Семенова А.В. Великая Французская революция и Россия (конец ХУІІІ-первая четверть ХІХ в.). - М.: Знание, 1991. - 64 с.
 44. Суперфин Л. Религия в индустриальном и постиндустриальном мире // Вопросы экономики. - 1993. - №8.
 45. Тоталитаризм в Европе XX века: Из истории идеологий, движений, режимов и их преодоления: / Общ.ред. Я.С. Драбкин и Н.П. Комолова. - М.: Памятники исторической мысли, 1996. - 539 с.
 46. Українське суспільство на шляху перетворень: західна інтерпретація: перевод с: англ. / Пер. А. Іщенко; За ред. В. Ісаїв. - К. : ВД «КМ Академія», 2004. - 361 с.
 47. Хевеши М.А. Массовое общество в XX веке // Социологические исследования. -

2001. -№7.

48. Хорос Постиндустриальный мир - проект и реальность // Восток. - 1998. - №1.
49. Цветов П. Глобализация и Восток // Азия и Африка сегодня. - 2004. - №12.
50. Шарыгин И. Образование и глобализация // Новый мир. - 2004. - №10.
51. Щербак Ю. Україна: Виклик і вибір. Перспективи України в глобалізованому світі століття / Ю. Щербак; Відп.за вип. К. Сігов и Л. Фінберг . - К.: Дух і Літера, 2003. - 576 с.

10. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

1. <http://www.tourism.gov.ua/> – Сайт державної туристичної адміністрації.
2. <http://www.world-tourism.org/> – Сайт з інформацією про розвиток світового туризму.
3. <http://www.encyclopedia.ru/> – «Мир энциклопедий» – російськомовні енциклопедичні видання (енциклопедії, енциклопедичні словники, довідники).
4. <http://www.igh.ras.ru/> – Сайтотека енциклопедичної літератури.
5. www.rubricon.com/ – Енциклопедичний словник «Всемирная история».
6. <http://history.ru/> – Сайтотека з Всесвітньої історії.
7. www.catalog.alloy.ru – Каталог сайтів «Всемирная история».
8. http://rmat-english.narod.ru/slovar/slovar_r.htm – Туристський термінологічний словник (Зорін І.В., Квартальнов В.А.).

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ
КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ З ДИСЦИПЛІНИ
«ОРГАНІЗАЦІЯ ВИСТАВКОВО-ЯРМАРКОВОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ»**

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Галузь знань	1401 «Сфера обслуговування»
Спеціальність	6.140103 «Туризм»
Освітня програма	«Туризм»
Вид дисципліни	обов'язкова
факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу	

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Контрольна робота є складовою навчального процесу, активною формою самостійної роботи студентів, і представляє собою закінчене дослідження певного напрямку. Кожен з студентів отримує індивідуальне завдання, що сприяє:

поглибленому вивченню теоретичного матеріалу; формуванню вмінь використання методів аналізу та оцінки факторів, що визначають розвиток галузей та процесів світового господарства;

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.

Контрольна робота виконується студентом самостійно і здається у встановлений кафедрою термін.

Передумовами виконання індивідуального завдання слугують: систематичне відвідування лекцій, активна участь в роботі на семінарських заняттях, творча ініціатива,

відповідальність та організованість студента.

За правильність розрахунків та достовірність наведеного статистичного матеріалу, обґрунтованість пропозицій і рекомендацій, що містяться в дослідженні, а також своєчасне виконання завдання відповідальність несе студент. Успішне виконання контрольної роботи виступає обов'язковою умовою допуску до проходження підсумкового контролю з дисципліни.

Якісно проведені дослідження можуть виступати основою для написання курсових та дипломних робіт.

2. ОСНОВНІ ПІДГОТОВЧІ ЕТАПИ ДО НАПИСАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

2.1. Вибір теми дослідження

Успішне виконання контрольної роботи багато в чому залежить від правильної організації її підготовки та написання.

Вибір теми дослідження є відповідальним етапом для початкового науковця. Невдало вибрана тема може спричинити проблеми в процесі підготовки та написання роботи.

Для своєї наукової роботи студент може обирати тему самостійно, попередньо узгодивши її з лектором. Під час вибору теми слід користуватися наступними рекомендаціями:

тема має бути актуальною,

мати наукове та практичне значення;

міститися в рамках наукових інтересів дисципліни «Географія світового господарства»;

викликати особисту творчу зацікавленість студента; назва повинна повністю відповідати змісту дослідження, але не повинна бути громіздкою.

Студент також може скористатися рекомендованим переліком тем з дисципліни «Світова економіка».

2.2. Підбір та систематизація необхідного матеріалу, розробка плану

В процесі відбору літератури слід дотримуватися тематики дослідження. Підбирати інформаційні джерела для написання контрольної роботи необхідно самостійно. Студент має продемонструвати своє вміння користуватися каталогами і бібліографічними довідниками, а також лекційними і семінарськими матеріалами. Рекомендується звертати особливу увагу на перелік рекомендованої літератури з дисципліни «Світова економіка».

Роботу з джерелами оптимально розбити на декілька етапів:

попередній вибір по каталогах, реферативним оглядам, спискам літератури;

пошук самих джерел відповідно до сформованого списку;

аналіз першоджерел, їх відбір, ксерокопіювання, конспектування;

після ознайомлення з необхідними джерелами вони включаються в список використаної літератури.

Інформаційною основою для проведення дослідження можуть слугувати: підручники та навчальні посібники, періодичні видання, законодавчі та нормативні документи, атласи, статистичні звіти, матеріали конференцій, дисертації та відповідні автореферати, електронні ресурси тощо.

Вивчаючи матеріали, студент повинен звертати увагу на рік видання та періоди статистичних оглядів. Рекомендується вивчати літературні видання, що містять сучасні наукові розробки та статистичний матеріал за останні 5 років.

Слід відмітити, що робота з відібраним матеріалом може бути неефективною, важкою та довготривалою, якщо цей матеріал не систематизувати. Способи систематизації можуть бути різні:

систематизувати матеріал, розклавши його відповідно до пунктів плану,

сформувані структурно-логічний перелік,

застосувати алфавітну класифікацію тощо.

Обробка інформаційних джерел дає можливість перейти до розробки плану контрольної роботи. Для цього студент повинен визначити коло питань, які будуть розглянуті в окремих розділах або підрозділах. План повинен мати чітку, лаконічну та логічну структуру; відображати головну ідею дослідження; розкривати його зміст та характер.

3. СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Контрольна робота повинна містити наступні обов'язкові складові:

Титульний лист (Додаток А);

Зміст;

Вступ;

Основна частина;

Висновки;

Список використаних джерел;

Додатки (при необхідності).

Всі частини контрольної роботи повинні бути пов'язані між собою (кожен наступний розділ є логічним продовженням попереднього).

3.1. Вступ

Обсяг - 2-4 сторінки. У вступі, як правило, послідовно обґрунтовують актуальність обраної теми, мету і зміст поставлених завдань, формулюють об'єкт і предмет дослідження.

Актуальність - обов'язкова вимога до будь-якої наукового дослідження. Вміння автора з проблематики розвитку світового господарства вибирати для наукового дослідження найбільш значущі та найбільш гострі проблеми характеризує його як сформованого науковця. Під час обґрунтування актуальності теми студент умовно повинен відповісти на питання : «Чому саме ця тема викликала особисту зацікавленість?» або «Чому цю тему варто розглядати на сучасному етапі розвитку суспільства?».

Актуальність вибраної теми може бути обґрунтована із залученням нормативної інформації, думок фахівців, законодавчих актів тощо. Виходячи з актуальності, формулюється мета роботи, відповідно до якої ставляться конкретні завдання дослідження

Мета дослідження формулюється в узагальненому стислому вигляді і відображає той науковий результат (а не процес виконання), який повинен бути отриманий у результаті дослідження.

Завдання роботи формулюються досить ретельно для відображення етапів дослідження. Як правило, це робиться у формі перерахунку (вивчити..., описати..., встановити..., виявити..., довести..., проаналізувати і т.п.).

Обов'язковим елементом вступу є визначення об'єкта і предмета дослідження. Розмежування об'єкта і предмета дослідження іноді виступає однією з найважчих завдань.

Об'єкт - це процес або явище, що породжує проблемну ситуацію і обране для вивчення, виступає більш загальним поняттям. Предмет міститься в межах об'єкта.

3.2. Основна частина

Обсяг - 15-20 сторінок. Основна частина складається з взаємопов'язаних думок, які розкривають основний зміст контрольної роботи: розглядаються найбільш вагомні показники і тенденції розвитку світового господарства та територіальної організації його галузей, розкриваються сучасні проблеми функціонування світової економічної системи, аналізується статистичний матеріал. Текст повинен бути ретельно осмислений, стилістично підібраний та науково грамотно сформульований.

Матеріали основної частини контрольної роботи повинні включати як теоретичні, так і аналітичні елементи.

3.3. Висновки

Обсяг - 3-4 сторінки. Висновки містять обґрунтовані результати проведеного дослідження. Вони повинні бути чітко і науково сформульованими, пропозиції повинні бути направлені на вдосконалення існуючої ситуації або на вирішення зазначених в роботі проблем. Висловлювати свою думку рекомендовано від першої особи множини: «на нашу думку» (думка автора та керівника роботи).

Висновки і пропозиції можуть бути сформульовані по пунктах: «В результаті проведеного дослідження можна зробити наступні висновки: 1.

і т.п.». Пункти висновків не повинні мати характер анот

(«визначено», «розглянуто», «проаналізовано»....), а повинні представляти собою певне твердження, закінчену думку.

3.4. Список використаних джерел

Список використаних джерел - елемент бібліографічного апарату, котрий містить бібліографічні описи використаних джерел і розміщується після висновків. Обов'язковим є наведення списку використаних джерел інформації, кількість яких становить близько 10 найменувань.

Перелік використаної літератури наводиться в певному порядку, а саме:

Першими наводяться нормативно-правові акти органів законодавчої та виконавчої влади в хронологічній послідовності;

Спеціальна наукова література, книги, монографії, методичні посібники, статті з журналів та інших періодичних видань розміщуються в алфавітному порядку за прізвищем автора. Якщо автор відсутній - джерело включається в алфавітний список за першою літерою назви.

Іншомовні джерела інформації, розміщені за абеткою відповідної мови (англійська, німецька, французька, іспанська, китайська та ін.)

Інтернет - ресурси.

Бібліографічний опис нумерується від першої до останньої назви.

4. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

4.1. Оформлення тексту та його елементів

Обсяг контрольної роботи з урахуванням додатків повинен складати 15- 25 сторінок. Дослідження виконується державною (українською) мовою.

Текст роботи друкується за допомогою комп'ютера на стандартних білих аркушах паперу (формат А4). Друкування тексту одностороннє (на одній стороні аркушу) з використанням шрифтів текстового редактора \ЎопЗ (Тітез Кеш Котап), колір - чорний, розмір - 14 пт, міжрядковий інтервал - полуторний, вирівнювання основного тексту - по ширині. Щільність тексту!

повинна бути однаковою. Текст дослідження необхідно друкувати, залишаючи поля таких розмірів: з лівого боку - 30 мм, з правого - 15 мм, зверху - 20 мм, знизу - 20 мм, абзац - 1 мм. Не допускається будь-які підкреслювання, виділення по тексту, окрім вказаних у представлених рекомендаціях.

Нумерація сторінок наскрізна. Першою сторінкою є титульний аркуш, який включають до загальної нумерації сторінок. На титульному аркуші, на змісті, на додатках та на сторінці зі списком використаної літератури номер сторінки не ставлять, але всі вони включаються до загальної нумерації. На наступних сторінках номер проставляють у правому верхньому куті сторінки арабськими цифрами без крапки в кінці.

Назви розділів друкуються великими літерами (шрифт - жирний), вирівнювання - по центру. Крапка після назв розділів, підрозділів, таблиць, діаграм, графіків не ставиться. Перенесення слів не допускається.

Скорочення в роботі допускаються тільки загальновизнаної форми (ООН, СОТ, СНД, НАТО тощо). Будь-які інші скорочення оформлюються окремим списком з повним пояснення вживаного терміну.

4.2. Посилання на джерела

Усі запозичені матеріали (таблиці, малюнки, цитати, структурні частини статей, книг, статистичні дані тощо) повинні мати посилання на джерело. Посилання наводяться безпосередньо після запозиченої частини роботи цифрами в квадратних дужках, перша з яких вказує на порядковий номер літературного джерела, з якого зроблено запозичення, друга - номер сторінки. Наприклад, [6, с.15]. Такі посилання дають змогу відшукати документи і перевірити достовірність відомостей про цитування документа, дають необхідну інформацію щодо нього, допомагають з'ясувати його зміст, мову тексту, обсяг. Посилатися слід на останні видання публікацій. Для рисунків посилання ставиться після назви, для таблиць - безпосередньо п' таблиці.

4.3. Оформлення списку використаних джерел

Рекомендовано розміщати джерела інформації у вказані послідовності (див. пункт 3.4.) в алфавітному порядку. Відомості про джерела, включені до списку, необхідно давати відповідно до вимог державного стандарту з обов'язковим наведенням назв праць (ДСТУ ГОСТ 7.1:2006 та ін.).

4.4. Оформлення додатків

Додатки розміщуються після списку використаної літератури. Громіздкий графічний матеріал, тексти нормативно-правових актів, зразки документів, як правило, оформлюються у вигляді додатків. Додаток повинен мати заголовок, надрукований угорі малими літерами, вирівнювання по центру.

Додатки слід позначати послідовно великими літерами української абетки, за винятком літер Г, Є, І, ї, Й, О, Ч, Ъ, наприклад, Додаток А, Додаток Б та ін. Посередині рядка над заголовком малими літерами друкується «Додаток _» і велика літера, що позначає додаток. Ілюстрації і таблиці, які розміщені в додатках, нумерують у межах кожного додатка, наприклад: рис. Д. 1.2 - другий рисунок першого розділу додатка Д.

5. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

Запорукою успішного виконання контрольних робіт виступає повне дотримання вказаних методичних рекомендацій.

Форма проведення підсумкового оцінювання виконаного дослідження - публічна доповідь (3-4 хвилини) 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.

**Перелік рекомендованих тем для написання контрольних робіт з
дисципліни «Організація виставково-ярмаркової діяльності»**

1. Можливості мережі Інтернет для проведення віртуальних виставок.
2. Маркетингові функції виставки.
3. Роль виставкової діяльності при виробленні стратегії фірми.
4. Функції виставки серед інструментів маркетингу.
5. Визначення цілей участі у виставці.
6. Ухвалення рішення про участь на виставці, вибір виставки.
7. Етапи організаційного процесу виставкового заходу.
9. Вибір експонатів і виставкової програми. Оформлення участі у виставці.
10. Значення виставкового стенду в організаційному процесі.
11. Особливості проведення виставкової стадії. Вимоги до персоналу.
12. Аналіз ефективності участі у виставці.
13. Характеристика ризиків виставкового участі.
14. Шляхи зниження виставкового ризику.
16. Вартість участі у виставці. Складання бюджету виставки.
17. Оцінка необхідної площі стенду для участі у виставці.
18. Поняття інфраструктури виставкової діяльності.
19. Соціально-економічна спрямованість виставково-ярмаркової діяльності.
20. Необхідність проведення всесвітніх виставок.
21. Класифікація всесвітніх виставок. Тривалість всесвітніх виставок.
22. Виставкові центри і організації в Україні.
23. Особливості виставково-ярмаркової діяльності в Україні.
24. Виставково-ярмаркова діяльність в країнах СНД.
25. Роль держави в організації виставково-ярмаркової діяльності.
26. Виставкові комплекси Європи.
27. Спрямованість виставково-ярмаркової діяльності в Азіатському регіоні.

- 28. Особливості виставково-ярмаркової діяльності в США, Канаді, Мексиці.
- 29. Головні туристичні виставки світу.

Теми до іспиту

з дисципліни «Організація виставково-ярмаркової діяльності в туризмі»

- 1. Термінологія виставково-ярмаркової діяльності.
- 2. Класифікація міжнародних ярмарок.
- 3. Основні форми проведення виставок та ярмарок.
- 4. Можливості мережі Інтернет для проведення віртуальних виставок.
- 5. Маркетингові функції виставки.
- 6. Роль виставкової діяльності при виробленні стратегії фірми.
- 7. Функції виставки серед інструментів маркетингу.
- 8. Визначення цілей участі у виставці.
- 9. Прийняття рішення про участь у виставці, вибір виставки.
- 10. Етапи організаційного процесу виставкового заходу.
- 11. Форми участі у виставці.
- 12. Вибір експонатів і виставкової програми. Оформлення участі у виставці.
- 13. Значення виставкового стенду в організаційному процесі.
- 14. Особливості проведення виставкової стадії. Вимоги до персоналу.
- 15. Аналіз ефективності участі у виставці.
- 16. Характеристика ризиків виставкової участі.
- 17. Шляхи зниження виставкового ризику.
- 18. Методика розрахунку ризиків.
- 19. Вартість участі у виставці. Складання бюджету виставки.
- 20. Оцінка необхідної площі стенду для участі у виставці.
- 21. Поняття інфраструктури виставкової діяльності.
- 22. Соціально-економічна спрямованість виставково-ярмаркової діяльності.
- 23. Необхідність проведення всесвітніх виставок.
- 24. Класифікація всесвітніх виставок. Тривалість всесвітніх виставок.
- 25. Виставкові центри та організації в Україні.
- 26. Особливості виставково-ярмаркової діяльності в Україні.
- 27. Виставково-ярмаркова діяльність на пострадянському просторі.
- 28. Роль держави в організації виставково-ярмаркової діяльності.
- 29. Виставкові комплекси Європи.
- 30. Спрямованість виставково-ярмаркової діяльності в Азіатському регіоні.
- 31. Особливості виставково-ярмаркової діяльності в США, Канаді, Мексиці.
- 32. Головні туристичні виставки світу.

Приклад екзаменаційного білету:

**Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства**

Напрямок підготовки: Туризм

Семестр 6

Навчальна дисципліна: Організація виставково-ярмаркової діяльності

Екзаменаційний білет № 1

1. Класифікація міжнародних ярмарок. (10 балів)
2. Етапи організаційного процесу виставкового заходу. (15 балів)
3. Головні туристичні виставки світу. (15 балів)

Затверджено на засіданні кафедри туристичного бізнесу протокол № 1
від «28» серпня 2018 р.

Зав. кафедрою _____ А.Ю. Парфіненко

Екзаменатор _____ І.С. Посохов