

Міністерство освіти та науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор

“_____” _____ 2017 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

«Організація виставкової діяльності»

Напрямок 6.140101 «Готельно-ресторанна справа»

факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

2017 / 2018 навчальний рік

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

28 серпня 2017 року, протокол № 1

Розробник програми: Куччук Л.В., канд. екон. наук, доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Програму схвалено на засіданні кафедри туристичного бізнесу та країнознавства
Протокол від 28 серпня 2017 року № 1

Завідувач кафедри туристичного бізнесу та країнознавства

доц. Парфіненко А.Ю.

(підпис)

Програму погоджено методичною комісією факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Протокол від 28 серпня 2017 року № 1

Голова методичної комісії комісією факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Григорова-Беренда Л.І.

(підпис)

Вступ

Програма навчальної дисципліни «Організація виставкової діяльності» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки рівня вищої освіти бакалавр напряму 6.140101 «Готельно-ресторанна справа».

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Метою вивчення дисципліни «Організація виставкової діяльності» є формування у студентів знань методів і процесів організації виставкової діяльності, а також вивчення світового досвіду у цій сфері.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни «Організація виставкової діяльності» є:

- вивчення основ організації виставкової діяльності, сучасних концепцій та поглядів на виставкову діяльність;
- дослідження організації основного та допоміжного виставкового процесу, питань технічної підготовки;
- формування у студентів уявлення про планування виставкової діяльності, управління виставковою діяльністю;
- вивчення організації праці персоналу на виставці, управління якістю у виставковому процесі, ефективності виставкової діяльності як для організаторів, так для тих, хто приймає участь;
- дослідження світового досвіду організації виставок та ярмарок.

1.3. Кількість кредитів – 3.

1.4. Загальна кількість годин – 108.

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
за вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
4-й	-
Семестр	
7-й	-
Лекції	
26 год.	год.
Практичні, семінарські заняття	
13 год.	год.
Лабораторні заняття	
год.	год.
Самостійна робота	
69 год.	год.
Індивідуальні завдання	
-	

1.6. Заплановані результати навчання. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

- теоретичні основи організації виставкової діяльності;
- визначення основних термінів управління виставковою діяльністю;
- сутність зміст і задачі виставкової діяльності;
- досвід організації участі туристичних та готельних підприємств у виставках;
- сучасні напрями розвитку виставкової діяльності в Україні та світі.

вміти:

- обґрунтувати вибір відповідного рішення щодо прийняття участі у відповідному виставковому заході;
- організувати підготовку зразків товарів і послуг (експонатів) для демонстрації на виставках;
- організувати демонстрацію товарів (послуг) на виставці та спілкування з відвідувачами виставки;
- виконувати весь перелік робіт: від планування виставок до проведення конкретної виставки на виставкових площах;
- здійснювати післявиставкову роботу з визначенням основних помилок та недоліків з розробкою рекомендацій для їх подолання у майбутньому;
- визначати основні тенденції виставкової діяльності в Україні та світі.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Розділ 1. Теоретичні засади організації виставкової діяльності.

Тема 1. Термінологія і класифікація виставково-ярмаркової діяльності.

Історія виникнення ярмарок. Основні визначення понять виставково-ярмаркової діяльності. Суб'єкти виставково-ярмаркової діяльності. Класифікація міжнародних ярмарок.

Тема 2. Виставкова діяльність як інструмент маркетингу.

Основні принципи маркетингу. Виставки серед інструментів маркетингу. Визначення цілей участі у виставці. Осмислення рішення про участь на виставці. Вибір виставки.

Тема 3. Організація участі у виставці.

Планування процесу участі у виставці. Форми участі у виставці. Вибір експонатів і виставкової програми. Реєстрація та оформлення участі у виставці. Значення виставкового стенду в організаційному процесі. Виставкова стадія. Робота на стенді. Особливості роботи на стенді.

Тема 4. Економічний аналіз ризиків участі у виставці.

Характеристика ризиків. Ризики першого, другого та третього пріоритету. Вартість участі у виставці. Шляхи зниження виставкового ризику. Складання бюджету. Оцінка необхідної площі стенду.

Тема 5. Особливості визначення ефективності виставкового процесу.

Планування грошових витрат. Оперативне управління виставковою діяльністю. Аналіз участі у виставці та визначення її ефективності: роботи учасників виставки, організації виставки.

Тема 6. Особливості міжнародних виставок у системі туристичного маркетингу.

Роль туристичних виставкових заходів в системі маркетингових комунікацій. Процес організації участі туристичної фірми та готелів в роботі виставки. Основні статті витрат турпідприємства або готеля на участь у виставці. Робота персоналу турпідприємства або готеля під час міжнародної виставки.

Розділ 2. Розвиток виставкової діяльності в Україні та світі.

Тема 7. Особливості державного регулювання виставкової діяльності в країнах світу.

Країни, що здійснюють найбільший контроль за виставковою діяльністю. Розвиток виставкового бізнесу в світі. Вимоги, що пред'являються до міста, в якому функціонує виставковий центр світового масштабу.

Тема 8. Особливості виставкової діяльності в Європі.

Виставкова діяльність в країнах Східної, Північної, Центральної, Західної та Південної Європи.

Тема 9. Особливості виставкової діяльності в Азії.

Виставкова діяльність в країнах Східної, Північної, Центральної, Західної та Південної Азії.

Тема 10. Особливості виставкової діяльності в Південній Америці та деяких країнах Африки.

Виставкова діяльність на Кубі, в Бразилії, Перу, ПАР, Мозамбіку, Зимбабве та ін.

Тема 11. Особливості виставкової діяльності в Австралії та країнах Північної Америки

Виставкова діяльність в Австралії, США, Канаді та Мексиці.

Тема 12. Сучасний стан та перспективи розвитку виставкової діяльності в Україні.

Динаміка основних показників виставкової діяльності в Україні за останні п'ять років. Основні виставкові центри України. Особливості розвитку виставкової діяльності в регіонах України. Проблеми та перспективи організації ярмарок та виставок на вітчизняному ринку туристичних послуг.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин									
	Денна форма					Заочна форма				
	Усього	у тому числі				Усього	у тому числі			
		л	п	інд	ср		л	п	інд	ср
Розділ 1. Теоретичні засади організації виставкової діяльності.										
Тема 1. Термінологія і класифікація виставково-ярмаркової діяльності.	6	2	1		3					
Тема 2. Виставкова діяльність як інструмент маркетингу.	9	2	1		6					
Тема 3. Організація участі у виставці.	9	2	1		6					
Тема 4. Економічний аналіз ризиків участі у виставці.	9	2	1		6					
Тема 5. Особливості визначення ефективності виставкового процесу.	9	2	1		6					
Тема 6. Особливості міжнародних виставок у системі туристичного маркетингу.	12	4	2		6					
Разом за розділом 1	54	14	7		33					
Розділ 2. Розвиток виставкової діяльності в Україні та світі.										
Тема 7. Особливості державного регулювання виставкової діяльності в країнах світу.	9	2	1		6					
Тема 8. Особливості виставкової діяльності в Європі.	9	2	1		6					
Тема 9. Особливості виставкової діяльності в Азії.	9	2	1		6					
Тема 10. Особливості виставкової діяльності в Південній Америці та деяких країнах Африки.	9	2	1		6					
Тема 11. Особливості виставкової діяльності в Австралії та країнах Північної Америки.	9	2	1		6					
Тема 12. Сучасний стан та перспективи розвитку виставкової діяльності в Україні.	9	2	1		6					
Разом за розділом 2	54	12	6		36					
Усього годин	108	26	13		69					

4. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Термінологія і класифікація виставково-ярмаркової діяльності.	1
2.	Виставкова діяльність як інструмент маркетингу.	1
3.	Організація участі у виставці.	1
4.	Економічний аналіз ризиків участі у виставці.	1
5.	Особливості визначення ефективності виставкового процесу.	1
6.	Особливості міжнародних виставок у системі туристичного маркетингу.	2
7.	Особливості державного регулювання виставкової діяльності в країнах світу.	1
8.	Особливості виставкової діяльності в Європі.	1
9.	Особливості виставкової діяльності в Азії.	1
10.	Особливості виставкової діяльності в Південній Америці та деяких країнах Африки.	1
11.	Особливості виставкової діяльності в Австралії та країнах Північної Америки.	1
12.	Сучасний стан та перспективи розвитку виставкової діяльності в Україні.	1
	Разом	13

5. Самостійна робота

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин
1.	Підготовка до усного опитування на тему: «Термінологія і класифікація виставково-ярмаркової діяльності» з наступних питань: Історія виникнення ярмарок. Основні визначення понять виставково-ярмаркової діяльності. Суб'єкти виставково-ярмаркової діяльності. Класифікація міжнародних ярмарок.	3
2.	Підготовка до усного опитування на тему на тему: «Виставкова діяльність як інструмент маркетингу» з наступних питань: Основні принципи маркетингу. Виставки серед інструментів маркетингу. Визначення цілей участі у виставці. Осмислення рішення про участь на виставці. Вибір виставки.	6
3.	Підготовка презентації на тему: «Організація участі у виставці». Підготувати презентацію виставкового стенду ресторану або готелю (або іншої організації). Надати інформацію про своє підприємство (наскільки воно велике, які послуги надає, чи які товари виробляє, яка їх маркетингова стратегія.) Обрати виставку на якій планується участь, які експонати будуть представлені, як буде виглядати стенд, скільки буде робітників стенду.	6
4.	Підготовка до усного опитування на тему на тему: «Економічний аналіз ризиків участі у виставці» з наступних питань: Характеристика ризиків. Ризики першого, другого та третього пріоритету. Вартість участі у виставці. Шляхи зниження виставкового ризику. Складання бюджету. Оцінка необхідної площі стенду.	6
5.	Підготовка до усного опитування на тему на тему: «Особливості визначення ефективності виставкового процесу» з наступних питань: Планування грошових витрат. Оперативне управління виставковою діяльністю. Аналіз участі у виставці та визначення її ефективності.	6

	роботи учасників виставки, організації виставки.	
6.	Підготовка доповідей на тему: «Особливості міжнародних виставок у системі готельного маркетингу» з наступних питань: 1. INTERNORGA - Міжнародна виставка готельно-ресторанного бізнесу, кейтерингу, бакалійної і кондитерської промисловості 2. RA.VO.GEL - Міжнародна виставка бакалійної продукції, морозива, піци, пива, вина, сервісу і послуг ресторанів, барів і готелів 3. Alimentaria Barcelona- Міжнародна виставка продуктів харчування та напоїв 4. Hotelympia - міжнародна виставка готельно-ресторанного бізнесу та кейтерингу 5. NRA Show - міжнародна виставка індустрії гостинності, готельно-ресторанного бізнесу 6. iranfood + hospitality - міжнародна виставка продуктів харчування, напоїв, технологій та індустрії гостинності 7. HOGATEC - Міжнародна торгова ярмарок індустрії гостинності, готельно-ресторанного бізнесу, гастрономічних продуктів та кейтерингу 8. ППР- - Міжнародна виставка індустрії харчування та гостинності 9. IH / M + RS- Hotel / Motel & Restaurant Show - Міжнародна виставка-продаж в сфері готельної справи 10. EQUIP'HOTEL - Всесвітня виставка готельно-ресторанного бізнесу	6
7.	Підготовка до усного опитування на тему на тему «Особливості державного регулювання виставкової діяльності в країнах світу» з наступних питань: Новітні тенденції розвитку виставкового бізнесу в світі. Країни, що здійснюють найбільший контроль за виставковою діяльністю. Розвиток виставкового бізнесу в світі. Вимоги, що пред'являються до міста, в якому функціонує виставковий центр світового масштабу.	6
8.	Підготовка доповідей на тему: «Особливості виставкової діяльності в Європі» в таких країнах: Данія. Ісландія. Норвегія. Фінляндська республіка. Швеція. Австрія. Болгарія. Польща. Румунія. Сербія. Словаччина. Словенія. Угорщина. Хорватія. Чехія. Чорногорія. Швейцарія. Бельгія. Нідерланди. Велика Британія. Ірландія. Німеччина. Франція. Андорра. Іспанія. Італія. Монако. Португалія. Грецька Республіка.	6
9.	Підготовка доповіді на тему: «Особливості виставкової діяльності в Азії» в таких країнах: Республіка Корея. Китай. Монголія. Японія. В'єтнам. Індонезія. Камбоджа. Лаос. Малайзія. М'янма. Сінгапур. Таїланд. Філіппіни. Індія. Непал. Шрі-Ланка. Пакистан. Бутан. Бангладеш.	6
10.	Підготовка доповіді на тему: «Особливості виставкової діяльності в Південній Америці та деяких країнах Африки» в таких країнах: Бразилія. Аргентина. Венесуела. Колумбія. Болівія. Еквадор. Чилі. Уругвай. Парагвай. Перу. Пуерто-Ріко. Туніс. Марокко. Алжир. ПАР.	6
11.	Підготовка до усного опитування на тему на тему «Особливості виставкової діяльності в Австралії та країнах Північної Америки» з таких питань: Виставкова діяльність в Австралії, Нової Зеландії, США, Канаді та Мексиці.	6
12.	Підготовка до написання письмового поточного контролю з усіх тем курсу	6
	Разом	69

6. Методи контролю

Засвоєння тем контролюється на семінарських заняттях, шляхом усних відповідей та доповідей і написання поточного контролю.

Застосовуються такі засоби діагностики рівня підготовки студентів:

- тестові завдання;
- усні відповіді та доповіді на семінарських заняттях;
- виконання індивідуальної семестрової роботи (письмова форма заліку).

Підсумковий контроль засвоєння дисципліни здійснюється по її завершенню на заліку. Оцінка успішності студента з дисципліни є рейтинговою і виставляється за багатобальною шкалою з урахуванням оцінок засвоєння всіх тем модуля.

7. Схема нарахування балів

Поточний контроль та самостійна робота												Разом	Залік	Сума
Розділ 1						Розділ 2						60	40	100
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12			
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16			
Семінар	семінар	презентація	Семінар	семінар	Доповіді	Семінар	Доповіді	Доповіді	Доповіді	семінар	поточний контроль			

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка
	Для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	зараховано
70-89	
50-69	
1-49	не зараховано

8. Рекомендована література

Базова література

1. Александрова Н. Выставочный менеджмент / Н. Александрова, Е. Сорокина, И. Филоненко. – М. : Промэкспо, 2001. – 183 с.

2. Гусев Е. Б. Выставочная деятельность в России и за рубежом. Учебно-методическое пособие. Под редакцией академика РАН Н. П. Лаверова /– М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2004. – 289 с.
3. Крикавський Є. Промисловий маркетинг : Підруч. 2-е вид / Є. Крикавський, Н. Чухрай. – Львів : Вид-во Національного університету “Львівська політехніка”, 2004. – 472 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм : Учебник / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Д. Мейкенз. – М., 2002. – 787 с.
5. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта : учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 304 с.
6. Олвуд Дж., Монтгомери. Выставки: планирование и дизайн. – Новосибирск : Интербук, 1991. – 154 с.
7. Лук’янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій : Навч. посіб. / Т. І. Лук’янець – К.: КНЕУ, 2000. – 380 с.
8. Петелин В. Г. Стендист торгово-промышленной выставки : Секреты мастерства / В. Г. Петелин. – М. : Издательство «Ось-89», 2000. – 176 с.

Допоміжна література

1. «Про заходи щодо поліпшення виставкової діяльності в Україні» Указ Президента України, 30.10.1996 р. № 1015/96.
2. «Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні», Постанова Кабінету Міністрів, 22.08.2007 р. N 1065.
3. . Гаркавенко С .С. Маркетинг. Підруч. / С .С. Гаркавенко – К. : Лібра, 2004. – 712 с.
4. Джоббер Д. Принципы и практика маркетинга : Пер. с англ. : Учеб.пособ. – М. : Издательский дом «Вильямс». – 2000. – 688 с.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1990. – 736 с.
6. Кренделл Р. 1001 способ успешного маркетинга / Пер. с англ. К. Ткаченко. – М. : ФАИР-Пресс, 2001. – 496 с.
7. Дурович А. П. Реклама в туризме : учеб. пособие / А. П. Дурович — 4-е изд., стер. – Минск : Новое знание, 2008. – 254 с.
8. .Мороз Л. А. Маркетинг : Підруч. / За ред. Л. А. Мороз. – 2-е вид. – Львів, 2002. – 244 с.
9. . Николайчук В. Е. Промышленный маркетинг / В. Е. Николайчук, М. И. Белявцев– Донецк : ООО ПКФ «БАО», 2004. – 384 с.

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

1. <http://www.nbuv.gov.ua> – офіційний сайт Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського
2. <http://www.niss.gov.ua> – офіційний сайт Національного інституту стратегічних досліджень
3. <http://www.tourlib.net> – туристична бібліотека

4. <http://www.marketing.spb.ru> – енциклопедия маркетинга. Теория и практика.
5. <http://www.expo.org.ua> – офіційний сайт Виставкової федерації України
6. <http://www.me.gov.ua> – офіційний сайт Міністерства економічного розвитку та торгівлі
7. <http://www.bie-paris.org/> – офіційний Міжнародного бюро виставок.
8. <http://worldexpo.pro/> – календар міжнародних виставок.