

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Директор ННІ «Каразінський
інститут міжнародних відносин
та туристичного бізнесу»
Микола ПИСАРЕВСЬКИЙ



“ ” серпня 2025 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

Виставковий бізнес

рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
галузь знань	24 «Сфера обслуговування»
спеціальність	242 «Туризм і рекреація»
освітні програми	«Туристичний бізнес»
вид дисципліни	за вибором

ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

2025 / 2026 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою ННІ
«Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

“28” серпня 2025 року, протокол № 1

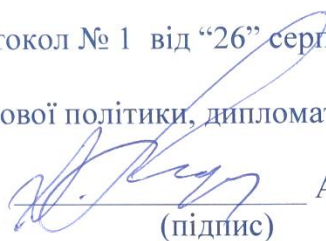
РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:

канд. іст. наук, доцент кафедри світової політики, дипломатії та
туристичного бізнесу Харківського національного університету імені
В.Н. Каразіна
Іван ПОСОХОВ

Програму схвалено на засіданні кафедри світової політики, дипломатії та
туристичного бізнесу

Протокол № 1 від “26” серпня 2025 року

Завідувач кафедри світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу



Анатолій ПАРФІНЕНКО

(підпис)

Програму погоджено з гарантом освітньої-професійної програми
«ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС»

Гарант освітньої-професійної програми «ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС»



Олена ЄВТУШЕНКО

(підпис)

Програму погоджено науково-методичною комісією
ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

Протокол № 1 від “27” серпня 2025 року

Голова науково-методичної комісії ННІ «Каразінський інститут міжнародних
відносин та туристичного бізнесу»



Ганна ПАНАСЕНКО

(підпис)

ВСТУП

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

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 виставкового бізнесу 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

полягає у формуванні системи знань про організацію, управління та маркетинг виставкової діяльності в туризмі, засвоєнні сучасних методів і технологій підготовки та проведення виставкових заходів, розвитку практичних умінь використання виставок як інструменту просування туристичного продукту, налагодження професійних контактів і підвищення конкурентоспроможності підприємств туристичної сфери на національному та міжнародному ринках.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни є

- Дослідити проблеми термінології та класифікації виставок.
- Визначити функції та методи дослідження виставкового бізнесу.
- Розглянути класифікацію виставок і ярмарок.
- Вивчити правові основи і механізми виставкового бізнесу.
- 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.

1.3. Кількість кредитів: 4

1.4. Загальна кількість годин: 120 годин

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
За вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
3-й	3-й
Семестр	
6-й	6-й
Лекції	
30 год.	14
Практичні, семінарські заняття	
30 год.	
Лабораторні заняття	
год.	
Самостійна робота	
60 год.	106 год.
Індивідуальні завдання	
---	---

* у разі формування малочисельних груп обсяг аудиторного навчального навантаження, відведеного на вивчення навчальної дисципліни, зменшується відповідно до Положення про планування й звітування науково-педагогічних працівників Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

1.6. Перелік компетентностей, що формує дана дисципліна

Формування наступних загальних компетентностей:

- ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні
- ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя
- ЗК 3. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо
- ЗК 4. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу.
- ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел
- ЗК 7. Здатність працювати в міжнародному контексті
- ЗК 8. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій
- ЗК 9. Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми
- ЗК 10. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово

Формування наступних фахових компетентностей:

- ФК1. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності
- ФК 2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
- ФК 3. Здатність аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал територій.
- ФК 7. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту

ФК 8. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем

ФК 9. Здатність забезпечувати безпеку туристів у звичайних та складних форс-мажорних обставинах

ФК 10. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал

ФК 13. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації

ФК 14. Здатність працювати у міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості до інших культур, поваги до різноманітності та мультикультурності, розуміння місцевих і професійних традицій інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці

ФК 15. Здатність діяти у правовому полі, керуватися нормами законодавства

1.7. Перелік результатів навчання, що формує дана дисципліна

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

<i>ПРН 1</i>	Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів.
<i>ПРН 2</i>	Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук.
<i>ПРН 3</i>	Знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ.
<i>ПРН 7</i>	Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.
<i>ПРН 8</i>	Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися.
<i>ПРН 11</i>	Володіти державною та іноземною (ними) мовою (мовами), на рівні, достатньому для здійснення професійної діяльності.
<i>ПРН 12</i>	Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг.
<i>ПРН 13</i>	Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей.
<i>ПРН 14</i>	Проявляти повагу до індивідуального і культурного різноманіття.
<i>ПРН 15</i>	Проявляти толерантність до альтернативних принципів та методів виконання професійних завдань.

1.8. Пререквізити: вказати перелік дисциплін, що передують вивченню даної дисципліни

«Вступ до туристичного бізнесу», «Туристичні ресурси України», «Правове регулювання туристичної діяльності».

3. Тематичний план навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність та теоретико-методологічні засади виставкового бізнесу.

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 виставкового бізнесу.

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

Тема 3. Виставка як засіб збуту та обміну інформацією.

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 виставкового бізнесу.

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 виставково-ярмаркових центрів світу.

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

Тема 6. Виставковий бізнес в Україні.

Територіальна організація. Тематика. Виставкові комплекси.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усьог о	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. Сутність та теоретико-методологічні засади виставкового бізнесу.	18	5	5			10	19	2				17
Тема 2. Правові основи і механізми виставкового бізнесу.	18	5	5			10	19	2				17
Тема 3. Виставка як засіб збуту та обміну інформацією.	18	5	5			10	20	2				18
Тема 4. Організаційні основи виставкового бізнесу.	18	5	5			10	20	2				18
Тема 5. Географія виставково-	18	5	5			10	21	3				18

ярмаркових центрів світу.												
Тема 6. Виставковий бізнес в Україні.	30	5	5			10	21	3				18
	120	30	30			60	120	14				106

4. Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Сутність та значення ділового туризму	2
2	Діловий туризм та виставковий бізнес: сучасний стан, перспективи розвитку	2
3	Організація виставкового бізнесу у регіонах світу	2
4	Правові основи та механізми виставкового бізнесу	2
5	Виставковий бізнес в Україні: передумови розвитку, стан, перспективи	2
6	Виставки в системі маркетингових комунікацій	2
7	Економічні аспекти виставкового бізнесу	2
8	Організаційний процес виставки	2
9	Виставкова логістика та інфраструктура	2
10	Виставкова стадія: комерційна робота на виставковому стенді	2
11	Маркетингові комунікації у виставковому бізнесі	2
12	Післявиставкова робота: оцінка ефективності виставкової діяльності	2
13	Цифрові технології у виставковому бізнесі	2
14	Сталий розвиток та екологічні стандарти у виставковому бізнесі	2
15	Перспективи розвитку виставкового бізнесу в Україні	2
	Разом	30

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин	
		Денна	Заочна

		форма	форма
1	Сутність та теоретико-методологічні засади виставкового бізнесу - Ознайомитися з підручником/посібником з основ виставкової діяльності (наприклад, розділи у працях з маркетингу та івент-менеджменту). - Скласти короткий конспект визначень поняття «виставка», «ярмарок», «виставковий бізнес» з різних джерел (навчальних, наукових, інтернет-ресурсів). - Подумати, чому виставковий бізнес вважається формою комунікації у сфері туризму. - Намалювати схему учасників виставкового процесу (організатори, експоненти, відвідувачі, партнери тощо).	10	17
2	Правові основи і механізми виставкового бізнесу - Прочитати положення Законів України «Про туризм», «Про зовнішньоекономічну діяльність» та «Про захист прав споживачів», звертаючи увагу на згадування виставок, ярмарків та реклами. - Знайти інформацію про міжнародні виставкові асоціації (наприклад, UFI – Global Association of the Exhibition Industry) та ознайомитися з їхніми основними правилами. - Поміркувати, чому правове регулювання виставкової діяльності важливе для туристичного бізнесу. - Скласти короткий перелік документів, які потрібні для організації виставкового заходу (дозволи, договори, страхування, оренда площ).	10	17
3	Виставка як засіб збуту та обміну інформацією - Ознайомитися з розділом у підручнику з маркетингу, що стосується виставкових комунікацій. - Знайти приклади великих туристичних виставок (ITB Berlin, WTM London, UITT Kyiv) і переглянути їх офіційні сайти. - Подумати: які вигоди отримують туристичні компанії від участі у виставках? - Скласти перелік нецінових переваг, які виставка дає туристичному бізнесу (нові партнери, престиж, реклама, ринок ідей).	10	18
4	Організаційні основи виставкового бізнесу - Переглянути наукові статті чи посібники з івент-менеджменту (організація заходів) – знайти етапи організації виставки. - Скласти блок-схему етапів підготовки виставки (планування, бюджетування, реклама, логістика, робота з експонентами, проведення, підбиття підсумків). - Подумати, які ризики можуть виникати під час організації (затримка обладнання, відмова учасників, технічні збої). - Скласти список прикладів послуг, які надають виставкові центри (оренда площі, обладнання стендів, охорона, харчування, реклама).	10	18
5	Географія виставково-ярмаркових центрів світу Знайти інформацію про провідні виставкові центри (наприклад, Messe Frankfurt, Paris Expo Porte de Versailles, Fiera Milano, Hong Kong Convention and Exhibition Centre).	10	18

	• Позначити на карті світу 5–7 найбільших виставкових центрів. • Ознайомитися з рейтингами виставок та виставкових міст на сайтах міжнародних асоціацій (UFI, AUMA). • Подумати, чому саме ці міста стали центрами виставкового бізнесу (транспортна доступність, економічна потужність, туристична привабливість).		
6	Виставковий бізнес в Україні • Ознайомитися з офіційними сайтами виставкових центрів України (Міжнародний виставковий центр у Києві, «Лівобережний» експоцентр, Львівський «Південний-ЕХРО» тощо). • Знайти розклад найбільших туристичних та суміжних виставок в Україні (UITT, UITM, AgroExpo). • Подумати, які проблеми та перспективи має український виставковий бізнес в умовах воєнного часу та післявоєнного відновлення. • Написати короткий список факторів, які можуть стимулювати розвиток виставкової індустрії в Україні (державна підтримка, міжнародна співпраця, розвиток інфраструктури).	10	18
	Разом	60	106

6. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Індивідуальні завдання не передбачено навчальним планом.

7. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Методи навчання, як впорядковані способи взаємопов'язаної, целеспрямованої діяльності викладача та студентів, спрямовані на ефективне розв'язання навчально-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

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.

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 – 2х20 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 40 тестових завдань, здобувач одержує 1 бал за кожен вірну відповідь) дистанційно на платформі Moodle в дистанційному курсі «Виставковий бізнес».

Режим доступу: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=6119>

9. СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання																Залік	Сума	
Розділ 1						Розділ 2									Разом			
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14	T15		60	40	100
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				

T1, T2 ... T8 – теми розділів.

Мінімальна кількість балів для допуску до підсумкового контролю складає 10 балів.

Робочою програмою передбачено додаткове зарахування різних видів активностей здобувачів.

1. Проходження тренінг-курсів чи дистанційних курсів з використання сучасних освітніх технологій на платформах Coursera, Prometheus тощо (за наявності офіційного звернення студента до викладача, що містить підтверджуючі документи про їх успішне закінчення);

2. Активна участь – виступи в конференціях, презентації досліджень тощо (за наявності офіційного звернення студента до викладача, що містить підтверджуючі документи сертифікати, копії публікацій тощо).

Кожне звернення розглядається окремо. Рішення приймається згідно з нормативно-правовими документами, що діють в Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна. Не залежно від кількості додаткових активностей здобувача вищої освіти, максимальна кількість поточної успішності не може перевищувати 60 балів.

Критерії оцінювання для семінарських занять

3–4 бали – 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:

16–20 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.

11–15 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 залікового білету.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка для дворівневої системи
	для заліку
90 – 100	зараховано
70-89	
50-69	
0-49	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>
4. Виставковий бізнес в Україні: інтеграція освіти, науки та практики : зб. наук. праць (спецвипуск) – Київ : Ін-т реклами – 2009. – 143 с.
5. Виставковий центр «КиївЕкспоПлаза». – Режим доступу : <http://www.exrop Plaza.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.
23. Frost W., Jennif. Exhibitions, Trade Fairs and Industrial Events / W. Frost, Jennif. – London : Taylor & Francis, 2021. – 254 p.
24. Hassan A. (ed.). Technology Application in Tourism Fairs, Festivals and Events in Asia / ed. A. Hassan. – Singapore : Springer, 2022. – 312 p.
25. Sharma A., Kumar J., Turaev B., Mohanty P. (eds.). Festival and Event Tourism: Building Resilience and Promoting Sustainability / eds. A. Sharma, J. Kumar, B. Turaev, P. Mohanty. – Wallingford : CABI, 2022. – 280 p.

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. – No 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. – No 38 (713). – С. 55–57.
7. Кінаш І. Політика розвитку виставкової інфраструктури в Україні / І. Кінаш // Бізнес-інформ. – 2013. – No 3. – С. 358–361.
8. Концепція розвитку виставково-ярмаркової діяльності : затв. Постановою Кабінету Міністрів України від 22.08.2007 No 1065 // Уряд. кур'єр. – 2007. – No 162.
9. Косенко О. Виставка як ефективний засіб маркетингової діяльності / О. Косенко, В. Балишева // Вісник НТУ «ХП». – 2014. – No 32 (1075). – С. 188–193.
10. Макаренко М.В. Формування механізму управління ефективним функціонуванням підприємства / М.В. Макаренко // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – No 1. – С. 126–135.
11. Мангушев Д. Сучасний стан виставково-ярмаркових заходів / Д. Мангушев // Ефективна економіка. – 2014. – No 3 – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.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. – No 1. – С. 268–276.
13. Шурубур А. Стандартизація виставкової діяльності документальних фондів / А. Шурубур // Стандартизація, сертифікація, якість. – 2003. – No 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. Camacho-Ruiz M., Cardenas-Cruz F., Recio-Garcia J.A., Diaz-Agudo B. Tourism destination events classifier based on artificial intelligence techniques / M. Camacho-Ruiz, F. Cardenas-Cruz, J.A. Recio-Garcia, B. Diaz-Agudo. – 2024. – arXiv preprint.
17. Environmental Management for Sustainable Development / Chris Barrow, 2006.: Routledge publications. – 289 p.
18. Event Marketing: how to successfully promote events, festivals, conventions and expositions. Leonard H. Hoyle. 2002.
19. Gaponenko H., Evtushenko O., Shamara I., Sviatyi A. Business tourism in Ukraine: development prospects in the post-war period / H. Gaponenko, O. Evtushenko, I. Shamara, A. Sviatyi // Journal of Geography, Politics and Society. – 2024. – Vol. 14 (2). – P. 45–58.
20. Kononova O., Prokudin D., Ryabysko J. The Vision and the Perspective of Digital Tourism / O. Kononova, D. Prokudin, J. Ryabysko. – 2021. – arXiv preprint.
21. Marshyshyn N., Ostrovska N. Green tourism in Ukraine, formation, development and prospects / N. Marshyshyn, N. Ostrovska // Social Work and Education. – 2023. – Vol. 10 (3). – P. 324–336.
22. Palaniswamy N. Social Media Marketing (SMM): A Strategic Tool for Developing Business for Tourism Companies / N. Palaniswamy. – 2021. – arXiv preprint.
23. Review on Laws and Regulation/ Ministry of tourism and creative economy: Pangendare. – 2011. – 26 p.

24. Romancing the Wild: Cultural Dimensions of Ecotourism / Robert Fletcher, 2014.: New Ecologies for the Twenty-First Century. – 264 p.
25. The Features of the Tourism Season 2022 and the Prospects for the Development of Tourism in Ukraine // Conference Proceedings. – 2022. – Zenodo.
26. Trade Show and Event Marketing : Plan, Promote and Profit. Ruth P. Stevens. Thomson, 2005.
27. Travel & Tourism Economic impact 2020 Ukraine [Електроний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.wttc.org/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/ukraine2020.pdf>
28. UFI – The Global Association of the Exhibition Industry – Basic Knowledge, Fundamentals. – Режим доступу : <http://www.ufi.org/pages/thetradeairsector/basicknowledge.asp>
29. UNWTO Tourism Highlights, 2020 Edition [Електроний ресурс]. – Режим доступу:
<http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2020-edition>

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

В умовах дії **обставин непоборної сили** освітній процес в університеті здійснюється відповідно до наказів/ розпоряджень ректора/ проректора або за змішаною формою навчання або повністю дистанційно в синхронному режимі.

Складання підсумкового семестрового контролю: в разі запровадження жорстких обмежень з заборонаю відвідування ЗВО студентам денної форми навчання надається можливість скласти залік дистанційно на платформі Moodle в дистанційному курсі «Виставковий бізнес».

Режим доступу: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=6119>