



**Силабус навчальної дисципліни  
«ОРГАНІЗАЦІЯ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»**

**Спеціальність: 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»**

**Галузь знань: 02 «Культура і мистецтво»**

<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський)
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна вибіркового компонента із фахового переліку
<b>Семестр</b>	Осінній семестр
<b>Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години</b>	3 кредити/90 годин
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Що буде вивчатися (предмет вивчення)</b>	Методи і процеси організації виставкової діяльності, виставково-маркетингова комунікація, маркетингові стратегії B2B, B2C, C2C, CRM та ін., виставковий менеджмент, виставковий дизайн, інструментарій для розвитку і просування виставкового бізнесу та створення іміджу підприємств-учасників виставок, а також вивчення ринку потреб споживачів, стимулювання акту купівлі, підтримка відносин зі споживачами, соціальним середовищем та залучення світового досвіду у цій сфері. Теоретико-методологічні положення щодо оцінки ефективності виставкового заходу з позиції учасника та організатора. Якісні та кількісні показники контролю результативності виставкової діяльності. Предмет вивчення дисципліни – виставки як інструмент продажу.
<b>Чому це цікаво/треба вивчати (мета)</b>	Курс спрямований на формування знань у студентів про те, що в умовах сьогодення виставкова діяльність є одним із ключових засобів діяльності з просування товарів на ринку. Вивчення маркетингових інструментів, що застосовуються у виставковій діяльності дозволить краще розуміти як функціонує бізнес, як задовольняються потреби споживачів, визначаються цільові ринки товарів і послуг тощо.
<b>Чому можна навчитися (результати навчання)</b>	У результаті вивчення навчальної дисципліни студенти отримують компетенції щодо: <ul style="list-style-type: none"> <li>- вибору рішення щодо прийняття участі у відповідному виставковому заході;</li> <li>- навчатися розрізняти виставки за тематикою і статусом;</li> <li>- вивчать основні маркетингові стратегії, які застосовуються у виставковій діяльності;</li> <li>- зможуть скласти кошторис та план участі фірми/підприємства у виставці;</li> <li>- навчатися організовувати підготовку зразків товарів і послуг (експонатів) для демонстрації на виставках;</li> <li>- зможуть організовувати демонстрацію товарів (послуг) на виставці та здобудуть навички спілкування з відвідувачами виставки;</li> <li>- виконуватимуть весь перелік робіт: від планування виставок до проведення конкретної виставки на виставкових площах;</li> <li>- вивчать типи стендів та виставковий дизайн;</li> <li>- здобудуть навички із здійснення післявиставкової роботи</li> </ul>

	<p>для визначення основних помилок та недоліків задля розробки рекомендацій для їх подолання у майбутньому;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- засвоять основні тенденції розвитку виставкової діяльності в Україні та світі.</li> </ul>
<b>Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)</b>	Знання теоретичних аспектів організації виставкової діяльності дозволить студентам оволодіти маркетинговою комунікацією цієї сфери, самостійно розробляти план участі у виставкових заходах, формувати бюджет участі у виставці, вести перемовини з організаторами, суборганізаторами та іншими суб'єктами виставкової діяльності. Оволодівши комплексом знань і вмінь з виставкової комунікації студент зможе вільно залучати до участі у виставці необхідний інструментарій, що дозволить використати участь у таких заходах максимально для просування своїх товарів чи послуг на ринок і залучення нових споживачів та клієнтів.
<b>Навчальна логістика</b>	<p><b>Зміст дисципліни:</b> Основи виставкової діяльності. Основні поняття виставкової діяльності. Особливості виставково-маркетингової комунікації. Інструменти виставкового маркетингу, маркетингові стратегії. Основні суб'єкти виставкової діяльності. Класифікація виставок. Виставкова статистика. Планування виставкової діяльності підприємства. Виставковий менеджмент. Проектування експозиції. Рекламна підтримка участі у виставці. Виставкова комунікація. Післявиставковий маркетинг.</p> <p><b>Види занять:</b> лекції, семінарські</p> <p><b>Методи навчання:</b> навчальна дискусія</p> <p><b>Форми навчання:</b> очна, дистанційна</p>
<b>Пререквізити</b>	Знання з соціальних комунікацій, загальні та фахові знання
<b>Пореквізити</b>	Знання з організації виставкової діяльності можуть бути використані під час написання бакалаврської роботи
<b>Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ</b>	<p>Організація виставкової діяльності [Навчальний посібник] / Я.М. Антонюк, І.М. Шиндировський; Львівська комерційна академія. Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2015.</p> <p>Ткаченко Т.І. Виставковий бізнес : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016.</p>
<b>Локація та матеріально-технічне забезпечення</b>	Аудиторія теоретичного навчання, проектор
<b>Семестровий контроль, екзаменаційна методика</b>	залік
<b>Кафедра</b>	Історії та документознавства
<b>Факультет</b>	Лінгвістики та соціальних комунікацій
<b>Викладач(і)</b>	 <p><b>ПІБ Кондрашевська Юлія Петрівна</b>  <b>Посада:</b> доцент  <b>Вчений ступінь:</b> кандидат історичних наук  <b>Профайл викладача:</b>  <b>Тел.:</b> 406-73-00  <b>E-mail:</b> yuliia.kondrashevska@npp.nau.edu.ua  <b>Робоче місце:</b> 8.608</p>
<b>Оригінальність навчальної дисципліни</b>	Авторський курс
<b>Лінк на дисципліну</b>	

Розробник  
Завідувач кафедри

Кондрашевська Ю.П.  
Тюрменко І.І.