

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД  
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ**

**КАФЕДРА ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Ректор ВНПЗ «Дніпровський  
гуманітарний університет»

**Олег КИРИЧЕНКО**

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ І ВИСТАВКОВОЇ  
ДІЯЛЬНОСТІ**

	(назва навчальної дисципліни)
Освітній ступінь	<b>бакалавр</b>
	(назва ступеня вищої освіти – бакалавр або магістр)
Спеціальність	<b>242 Туризм</b>
	(шифр і назва)
Освітня програма	<b>Туризм</b>
	(назва, дата і № наказу про затвердження ОП)
	<b>наказ №51-02 від 10.06.2021</b>
Статус навчальної дисципліни	<b>вибіркова</b>
	(обов'язкова або вибіркова)
Мова навчання:	<b>українська</b>

**Дніпро – 2024**

Робоча програма навчальної дисципліни «Організація ділового туризму і виставкової діяльності». Дніпро: ВВПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2024. 13с.

**РОЗРОБНИК(-И):**

Яковлєва-Мельник Н.Г., ст.викладач кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Розглянуто на засіданні кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу 22.07.2024 р., протокол №12

Схвалено Вченою радою університету, рекомендовано для використання в освітньому процесі протягом 5 років. 22.08. 2024 р., протокол №12.

**Метою** вивчення навчальної дисципліни «Організація ділового туризму і виставкової діяльності» є надання здобувачам знань з функціонування національного, світового ринку ділового туризму та виставкової діяльності, інфраструктури ділового туризму, матеріально-технічного забезпечення виставкових заходів для формування практичних навичок організації ділових та виставкових заходів.

**Результати** вивчення навчальної дисципліни «Організація ділового туризму і виставкової діяльності»:

- знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів;
- 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;
- знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ;
- застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів;
- розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт;
- організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки;
- встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей;
- аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань;
- виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання;
- приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми здобувачі вищої освіти повинні **НАБУТИ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ЩОДО:**

- 1) навичок міжособистісної взаємодії;
- 2) здатності планувати та управляти часом;
- 3) здатності працювати в команді та автономно;
- 4) здатності здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал;
- 5) здатності до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації;
- 6) здатності працювати в 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.

**Передумови для вивчення навчальної дисципліни:**

Організація туризму  
Вступ до фаху  
Географія туризму  
Менеджмент, тощо.

**Обсяг навчальної дисципліни:** Додатки 1.1, 1.2.

**Програма навчальної дисципліни**

**Змістовний модуль 1.**

**Тема 1. Характеристика, сутність, завдання та мета ділового туризму в Україні**

Категорії ділового туризму. Елементи МіСЕ. Види заходів у діловому туризмі. Зв'язок економічного розвитку та ділового туризму. Умови та фактори розвитку ділового туризму. Історія і сучасні тенденції ділового туризму. Державна підтримка розвитку ділового туризму.

Особливості організації в'їзних та виїзних ділових подорожей. Travel-політика корпоративних клієнтів. Цільові групи ділових туристів. Маршрут ділової подорожі. Ділова програма. Анімація у діловому туризмі. Страхування у діловому туризмі. Сюжетний корпоративний туризм. Асортимент послуг у діловому туризмі. Інсенсив-програма. Діловий етикет. Програми лояльності у діловому туризмі.

**Тема 2. Конференц-зали і бізнес-центри: характеристики, вимоги, обладнання**

Заклади обслуговування ділових зустрічей. Вимоги до готелів для ділових заходів. Конференц-зали і бізнес-центри. Обладнання для ділових заходів. Матеріально-технічне забезпечення інсенсив-туризму. Сучасні інформаційні ресурси і технології для ділового туризму. Типи і характеристика основних закладів обслуговування ділових зустрічей. Конференц-зали: класифікація, об'ємно-планувальні рішення, типові проекти. Обладнання для ділових заходів: типи, характеристика, основні переваги й недоліки.

**Тема 3. Особливості обслуговування ділового сегменту споживачів туристськими підприємствами**

Особливості обслуговування ділового сегменту споживачів готельними і туристськими підприємствами. Інвестиційна привабливість розвитку інфраструктури для ділового туризму. Структура договору про надання послуг організації ділових поїздок. Страхування ділових подорожей. Розробка інтенсив

програм. Програми лояльності для корпоративних клієнтів ділового туризму. Транспортні послуги в діловому туризмі.

#### **Тема 4. Діловий етикет. Особливості спілкування з діловими партнерами.**

Особливості сучасного ділового етикету. Діловий етикет керівника та імідж ділової людини. Етика та етикет у взаємовідносинах з колегами та клієнтами. Етика ділових взаємин керівника з підлеглим. Гендерні засади ділової етики. Зовнішній вигляд ділової людини. Етикетна атрибутика в діловому спілкуванні. Національно-культурна специфіка й діловий етикет. Особливості закордонного етикету. Етикет національних символів.

#### **Тема 5. Мета й основні завдання виставково-ярмаркової діяльності**

Виставка як інструмент маркетингових досліджень. Класифікація виставкових заходів. Міжнародна класифікація виставок. Формати виставкових заходів. Суб'єкти виставкової діяльності. Законодавчі умови провадження виставкової діяльності. Державне регулювання виставкової діяльності. Інформаційне забезпечення виставкової діяльності. Сучасні тенденції виставкової діяльності.

#### **Тема 6. Особливості організації виставкової діяльності**

Підготовка виставкового стенду. Проектування експозиції. Виставкове обладнання і виставковий дизайн. Підготовка рекламної інформації матеріалів. Технічне забезпечення заходів. Інформаційні технології у виставковій діяльності. Інфраструктура виставкової діяльності. Підбір і підготовка персоналу. Фахівець з виставкового маркетингу. Менеджер виставкової діяльності. Виставковий дизайнер та фахівець-стендист.

#### **Тема 7. Технологія роботи під час та після виставкових заходів**

Вимоги до проведення виставок. Види участі у виставкових заходах. Вибір виставкової тематики. Розробка концепції виставки. Робочий план підготовки та проведення виставки. Визначення цілей участі у виставці. Основні критерії оцінки та вибір виставки. Позичування на виставці. Рекламна підтримка виставкових заходів. Маркетингові дослідження на виставці. Промо-акції. Імідж фірми та його формування на виставці. Типи відвідувачів з точки зору їх поведінки і робота з ними. Фактори успіху комунікації. Вимоги до комунікацій на стенді. Принципи правильної комунікації з відвідувачами. Усна майстерність. Культура і техніка мовлення. Підготовка тез і конспекту виступу персоналу, працюючого на стенді. Інструктаж персоналу: види та терміни проведення. Післявиставкова робота. Аналіз контактів та інформації, отриманої від відвідувачів і конкурентів; оцінка зауважень, реакцій і загальної критики з боку відвідувачів. Підготовка звітів. Вибір і розвиток відносин з перспективними клієнтами. Підведення підсумків. Методи оцінки ефективності участі у виставці.

## **Тема 8. Вітчизняний та світовий досвід організації та розвитку виставкової діяльності**

Світовий ринок виставкових послуг. Міжнародні та національні виставкові асоціації. Всесвітня асоціація виставкової індустрії (UFI). Найбільші виставки в Україні. Найбільші виставки світу за тематичними напрямками. Державна підтримка виставкової діяльності: вітчизняний та зарубіжний досвід. Розвиток виставкової діяльності у Європі, Північній та Латинській Америці, Африці, Азії і Тихоокеанському регіоні.

### **Форма підсумкового контролю успішності навчання**

Підсумковий контроль – це перевірка рівня засвоєння знань, навичок, вмінь та інших компетентностей за певний період навчання (навчальний семестр, навчальний рік).

З навчальної дисципліни «Організація ділового туризму і виставкової діяльності» передбачено:

- для денної форми навчання – залік;
- для заочної форми навчання – залік.

### **Політика курсу, критерії та засоби оцінювання успішності навчання**

За кредитно-модульною системою викладення навчальної дисципліни «Організація ділового туризму і виставкової діяльності» застосовуються такі основні види контролю знань:

- поточний контроль – систематично на різних навчальних заняттях впродовж семестру у формах:
  - усне опитування;
  - письмові контрольні експрес-роботи;
  - тестовий контроль;
  - підсумковий контроль – у кінці семестру після вивчення навчальної дисципліни у формі заліку.

За рішенням викладача або кафедри *нараховуються заохочувальні бали* за наступні види робіт:

- за систематичну продуктивну активність під час проведення аудиторних занять;
- за виконання творчих завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);
- за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.

*Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи:* здобувачі, які пропустили семінарські заняття або лекції, мають можливість відпрацювати

заборгованості під час консультацій, що проводяться викладачем, відповідно до графіку консультацій. Для отримання певної кількості балів здобувач має можливість усно відповісти на питання теми, за якою він має заборгованість або виконати індивідуальну роботу, що складається з завдань, визначених викладачем в кожному окремому випадку (в залежності від обсягу заборгованості).

Обов'язковою умовою при нарахуванні загальної кількості балів здобувачу є необхідність дотримання принципів політики доброчесності. Дотримання *академічної доброчесності* передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, поточного та підсумкового контролю результатів навчання; посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

У випадку встановлення випадків академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації, списування, обману з боку здобувачів встановлюється академічна відповідальність. До здобувачів застосовуються види відповідальності, передбачені частинами 6 та 7 статті 42 Закону України «Про освіту».

**Поточна атестація зі змістового модулю 1** проводиться після вивчення теми № 4 у вигляді контрольної роботи (теми 1-4).

**Підсумковий контроль по змістовому модулю 2** проводиться після вивчення теми № 8 у вигляді контрольної роботи (теми 5-8).

Критерії переведення оцінок за 100-бальною шкалою у національну шкалу та шкалу ЄКТС

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою (екзамен /залік)	Оцінка за шкалою ЄКТС	
		Оцінка	Пояснення
90–100	Відмінно	A	«Відмінно» – теоретичний зміст курсу засвоєний у повному обсязі; сформовані необхідні практичні навички роботи із засвоєним матеріалом; всі навчальні завдання, передбачені програмою навчання, виконані в повному обсязі.
83–89	Добре	B	«Дуже добре» – теоретичний зміст курсу засвоєний у повному обсязі; в основному сформовані необхідні практичні навички роботи із засвоєним матеріалом; всі навчальні завдання, передбачені програмою навчання, виконані, якість виконання більшості з них оцінена кількістю балів, близькою до максимальної.

75–82		C	«Добре» – теоретичний зміст курсу засвоєний <b>цілком</b> ; в <b>основному сформовані</b> практичні навички роботи із засвоєним матеріалом; <b>всі</b> навчальні завдання, передбачені програмою навчання, <b>виконані</b> , якість виконання <b>жодного</b> з них <b>не оцінена мінімальною</b> кількістю балів, деякі види завдань виконані з <b>помилками</b> .
68–74	Задовільно	D	«Задовільно» – теоретичний зміст курсу засвоєний <b>не повністю</b> , але <b>прогалини не носять істотного</b> характеру; в <b>основному сформовані</b> необхідні практичні навички роботи із засвоєним матеріалом; <b>більшість</b> передбачених програмою навчання навчальних завдань <b>виконано</b> , деякі з виконаних завдань містять <b>помилки</b> .
60–67		E	«Достатньо» – теоретичний зміст курсу засвоєний <b>частково</b> ; <b>не сформовані деякі</b> практичні навички роботи; <b>частина</b> передбачених програмою навчання навчальних завдань <b>не виконані</b> або якість виконання деяких з них оцінено числом балів, близьким до <b>мінімального</b> .
35–59	Незадовільно	FX	«Умовно незадовільно» – теоретичний зміст курсу засвоєний <b>частково</b> ; <b>не сформовані</b> необхідні практичні навички роботи; <b>більшість</b> навчальних завдань <b>не виконано</b> або якість їх виконання оцінено кількістю балів, близькою до <b>мінімальної</b> ; при <b>додатковій самостійній</b> роботі над матеріалом курсу <b>можливе підвищення якості</b> виконання навчальних завдань (з <b>можливістю повторного складання</b> ).
1–34		F	«Безумовно незадовільно» – теоретичний зміст курсу <b>не засвоєний</b> ; <b>не сформовані</b> необхідні практичні навички роботи; <b>всі виконані</b> навчальні завдання містять <b>грубі помилки</b> або <b>не виконані взагалі</b> ; <b>додаткова самостійна</b> робота над матеріалом курсу <b>не призведе</b> до значного <b>підвищення якості</b> виконання навчальних завдань.

### Розподіл балів, які отримують студенти

ДЛЯ ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ			
Поточний контроль (ПК)		Підсумковий контроль	
Аудиторна робота	Самостійна (індивідуальна) робота	ЗАЛІК (З)	
≤ 40	≤ 20		
≤ 60		≤ 40	
Підсумкова оцінка у випадку заліку (П) = ПК + З ≤ 100			
ДЛЯ ЗАОЧНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ			
Поточний контроль (ПК)		Підсумковий контроль	
Аудиторна робота	Самостійна (індивідуальна) робота	ЗАЛІК (З)	
≤ 20	≤ 40		
≤ 60		≤ 40	
Підсумкова оцінка у випадку заліку (П) = ПК + З ≤ 100			



**КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ**  
**різноманітних видів навчальної роботи**  
**(поточний контроль; письмові роботи; тестування; індивідуально-дослідні**  
**завдання; самостійні завдання; практичні завдання)**

Метод демонстрування результатів навчання	Бал
1. Письмове опитування у формі відповідей на запитання за планом семінарського заняття №1 на тему 1	2...3
2. Оглядовий реферат на запитання, обране Здобувачем самостійно за індивідуальними завданнями до семінарського заняття №1	2...3
3. Письмовий звіт по запитанням, обраним викладачем (2 запитання) щодо завдань для самостійної роботи до семінарського заняття №1	2...3
4. Письмове опитування у формі відповідей на запитання за планом семінарського заняття №2 на тему 2	2...3
5. Усний виступ на запитання, обране Здобувачем самостійно за індивідуальними завданнями до семінарського заняття №2	2...3
6. Есе по запитанням, обраним викладачем (2 запитання) щодо завдань для самостійної роботи до семінарського заняття №2	2...3
7. Письмове опитування у формі відповідей на запитання за планом семінарського заняття №3 на тему 3	2...3
8. Оглядовий реферат на запитання, обране Здобувачем самостійно за індивідуальними завданнями до семінарського заняття №3	2...3
9 Письмовий звіт по запитанням, обраним викладачем (2 запитання) щодо завдань для самостійної роботи до семінарського заняття №3.	2...3
10. Письмове опитування у формі відповідей на запитання за планом семінарського заняття №4 на тему 4	2...3
11. Інформативний реферат на запитання, обране Здобувачем самостійно за індивідуальними завданнями до семінарського заняття №4	2...3
12. Письмовий звіт по запитанням, обраним викладачем (2 запитання) щодо завдань для самостійної роботи до семінарського заняття №4	2...3
13. Письмове опитування у формі відповідей на запитання за планом семінарського заняття №5 на тему 5	2 3
14. Усна доповідь на запитання, обране Здобувачем самостійно за індивідуальними завданнями до семінарського заняття №5	2...3
15. Есе по запитанням, обраним викладачем (2 запитання) щодо завдань для самостійної роботи до семінарського заняття №5	2...3
16. Письмове опитування у формі відповідей на запитання за планом семінарського заняття №6 -8 на тему 6-8	2...3
17. Інформативний реферат на запитання, обране Здобувачем самостійно за індивідуальними завданнями до семінарського заняття №6-8	2...3
18. Письмовий звіт по запитанням, обраним викладачем (2 запитання) щодо завдань для самостійної роботи до семінарського заняття №6-8	2...3
Комплексно-практичне індивідуальне завдання (КПЗ) (передбачає 12-28 заохочувальних балів, що враховують змістовність, обґрунтованість, оригінальність та якість оформлення виконаного завдання)	12...28
Разом	60...100

**«Критерії оцінювання аудиторної роботи у вигляді усної відповіді здобувачів»**

	<b>ПОЯСНЕННЯ</b>
<b>3</b>	Питання, винесені на розгляд, <b>засвоєні у повному обсязі; на високому рівні сформовані</b> необхідні практичні навички та вміння; <b>всі</b> навчальні завдання, передбачені планом заняття, <b>виконані</b> в повному обсязі. Під час заняття продемонстрована стабільна активність та ініціативність. Відповіді на теоретичні питання, розв'язання практичних завдань, висловлення власної думки стосовно дискусійних питань ґрунтується <b>на глибокому знанні</b> предметної області навчальної дисципліни
<b>2</b>	Питання, винесені на розгляд, <b>у цілому засвоєні</b> ; практичні навички та вміння мають <b>поверхневий характер</b> , потребують подальшого напрацювання та закріплення; навчальні завдання, передбачені планом заняття, <b>виконані, деякі</b> види завдань виконані <b>з помилками</b> .
<b>0</b>	<b>Відсутність на занятті</b>

Для навчальної дисципліни «Організація ділового туризму і виставкової діяльності» засобами діагностики знань (успішності навчання) виступають:

- поточне опитування;
- залікове модульне тестування та опитування;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- оцінювання результатів комплексно-практичного індивідуального завдання;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- залік;
- інші види індивідуальних та групових завдань.

Для здобувачів, які навчаються за індивідуальним графіком або мають академічні заборгованості за іншими (підтвердженими документально) обставинами передбачено окремий вид роботи.

Комплексно-практичне індивідуальне завдання (КПЗ) – це вид індивідуальної позааудиторної роботи студента, яка виконується самостійно під керівництвом викладача. Як правило, індивідуальні завдання виконуються окремо кожним студентом. Формою контролю індивідуальної роботи студента є перевірка виконання теоретичного і практичного завдання. Мета КПЗ: самостійне опрацювання програмного матеріалу, систематизація, поглиблення, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань студента з навчального курсу та розвиток навичок самостійної роботи з чинним законодавством. Вимоги до КПЗ: КПЗ виконується у формі письмової роботи, яка передбачає виконання теоретичного і практичного завдання у формі розв'язання задачі. Працюючи індивідуально студенти повинні продемонструвати уміння правильно застосовувати теоретичний матеріал на практиці Виконання КПЗ є однією із форм перевірки знань студентів, що сприяє закріпленню і поглибленому засвоєнню знань з навчальної дисципліни.

Робота повинна включати також теоретичне та практичне підґрунтя виконання індивідуального завдання, тобто має бути складений перелік джерел інформації, які застосовувалися під час виконання роботи. Також до роботи можуть бути долучені ксерокопії основних наукових публікацій за темою КПЗ. КПЗ є одним із залікових модулів, тому оцінюється і впливає на загальну (підсумкову) оцінку. Завершене КПЗ подається у роздрукованому та електронному варіантах викладачу, який читає лекційний курс та приймає залік з даної дисципліни не пізніше, ніж за 2 тижні до дня заліку. Максимальна кількість балів за таку роботу – 28.

**Інформаційне та методичне забезпечення навчальної дисципліни (рекомендовані джерела інформації)**

*Додаток 2 (оновлюється в разі необхідності) до Робочої програми з навчальної дисципліни*

Додаток 1.1.

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Проректор з навчальної та наукової роботи Дніпровського гуманітарного університету

**Тетяна АЛФЬОРОВА**

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 р.

**ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ І ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

(назва навчальної дисципліни)

Освітній ступінь бакалавр Спеціальність 242 ТУРИЗМ  
(назва ступеня вищої освіти) (шифр і назва)

на 2024/2025 навчальний рік

Форма навчання ДЕННА Обсяг 3 кредит ЄКТС 90 годин  
Факультет(-и) ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

(назва факультету (-ів))

Курс 3 Групи \_\_\_\_\_

№ теми згідно з РПНД	Назва теми (згідно з РПНД)	Загальний обсяг годин	Аудиторна робота				Самостійна (індивідуальна) робота
			Всього	Лекції	Семинари	Практика	
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Характеристика, сутність, завдання та мета ділового туризму в Україні	11	4	2	2		7
2	Особливості обслуговування ділового сегменту споживачів туристськими підприємствами	11	4	2	2		7

№ теми згідно з РПНД	Назва теми (згідно з РПНД)	Загальний обсяг годин	Аудиторна робота				Самостійна (індивідуальна) робота
			Всього	Лекції	Семінари	Практика	
1	2	3	4	5	6	7	8
3	Конференц-зали і бізнес-центри: характеристики, вимоги, обладнання	12	4	2	2		8
4	Діловий етикет. Особливості спілкування з діловими партнерами.	12	4	2	2		8
5	Мета й основні завдання виставково-ярмаркової діяльності	11	4	2	2		7
6	Особливості організації виставкової діяльності	11	4	2	2		7
7	Технологія роботи під час та після виставкових заходів.	11	4	2	2		7
8	Вітчизняний та світовий досвід організації та розвитку виставкової діяльності	11	4	2	2		7
		90	32	16	16		58

Розглянуто на засіданні кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу 22.07.2024 р., протокол №12

Завідувач кафедри



Тетяна ТЕСЛЕНКО

Додаток 1.2.  
до Робочої програми з навчальної  
дисципліни

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Ректор ВНПЗ «Дніпровський  
гуманітарний університет»

**Олег КИРИЧЕНКО**

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024

## ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ І ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

(назва навчальної дисципліни)

Освітній **бакалавр** Спеціальність

ступінь

(назва ступеня вищої освіти)

на 2024/2025 навчальний рік

Форма навчання **ЗАОЧНА** Обсяг **3**

Факультет(-и) **ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

(назва факультету (-ів))

Курс **3** Групи

№ те м и з г і д н о з Р П Н Д	Назва теми (згідно з РПНД)	За га ль ни й об ся г го ди н	Аудиторна робота				Само стійна (індив ідуаль на) робот а
			Вс ьо го	Л е к ц ії	С е м і н а р и	П р а к т . з а н я т т я	
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Характеристика, сутність, завдання та мета ділового туризму в Україні	11	2	2			10
2	Особливості обслуговування ділового сегменту споживачів туристськими підприємствами	12	2	2			10

№ теми згідно з РПНД	Назва теми (згідно з РПНД)	Загальний обсяг годин	Аудиторна робота				Самостійна (індивідуальна) робота
			Всього	Лекції	Семінари	Практика	
1	2	3	4	5	6	7	8
3	Конференц-зали і бізнес-центри: характеристики, вимоги, обладнання	12	2		2		10
4	Діловий етикет. Особливості спілкування з діловими партнерами.	10					10
5	Мета й основні завдання виставково-ярмаркової діяльності	12	2	2			10
6	Особливості організації виставкової діяльності	10					10
7	Технологія роботи під час та після виставкових заходів.	10					10
8	Вітчизняний та світовий досвід організації та розвитку виставкової діяльності	12	2		2		10
		90	10	6	4		80

Розглянуто на засіданні кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу 22.07.2024 р., протокол №12

Завідувач кафедри



Тетяна ТЕСЛЕНКО

Додаток 2  
до Робочої програми з навчальної  
дисципліни

## ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ І ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

(назва навчальної дисципліни)

Освітній ступінь	<b>бакалавр</b>	Спеціальність	<b>242 Туризм</b>
	(назва ступеня вищої освіти)		(шифр і назва)

на 2024/2025 навчальний рік

#### Основні нормативні акти:

- Конституція України, що прийнята Законом від 28.06.1996 № 254к/96-ВР (в останній редакції)

- акти міжнародного права:

1. Гаазька декларація по туризму (1989 р.)
2. Декларація з туризму (Осакська декларація 1994 р.)
3. Заява про діяльність СОТ в галузі запобігання організованого секс-туризму (1995 р.)
4. Монреальська декларація (1996 р.)
5. Глобальний кодекс етики туризму (1999 р.)
6. Директива Ради Європи в області організації туристичної діяльності.

- Закони:

1. Закон України «Про туризм», введений в дію Постановою ВР № 325/95-ВР від 15.09.95р.
2. Закон України «Про державний кордон України» від 3 квітня 2003 р. N 662-IV.
3. Закон України «Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України» від 3.06.2004 р. N 1742-IV.
4. Правила оформлення візових документів для в'їзду в Україну, затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 20.02.1999 р. N 227.
5. Правила оформлення та видачі консульськими установами України паспортів громадян України для виїзду за кордон, посвідчень на повернення в Україну громадян України та проїзних документів дитини, затверджені наказом Міністерства закордонних справ України від 1.07.1997 р. N 93-сд.
6. Національний стандарт України «Вимоги до оформлювання документів» ДСТУ 4163-2003;
7. «Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг», затверджені наказом Державного комітету України зі стандартизації, метрології і сертифікації від 27.01.1999 р. № 37;
8. «Правила обов'язкової сертифікації послуг харчування», затверджені наказом Державного комітету України зі стандартизації, метрології і сертифікації від 27.01.1999 р. № 37;

#### Література та навчальні матеріали:

##### Основна:

1. Тараненко О.О. Організація ділового туризму та виставкової



діяльності. Полтава : ПУЕТ, 2018. 35 с.

2. Поколотна М.М. Організація екскурсійної діяльності: підручник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 180с.

3. Ткаченко Т. І. , Дупляк Т. П. Виставковий бізнес : монографія. Київ : КНТЕУ, 2016. 244 с.

4. Животенко В.О., Карпенко Ю.В., Тараненко О.О. Організація туризму (Організація анімаційної діяльності): навч.-метод. посібник. Полтава : ПУЕТ, 2021. 127 с.

5. Горіна Г.О., Бабушко С.Р. Особливості розвитку ринку туристичних послуг України під впливом COVID-19 та карантинних обмежень: монографія. Кривий Ріг : Вид. ДонНУЕТ, 2021. 135 с.

#### **Додаткова:**

1. Ефективне управління розвитком індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі : колект. монограф. ; за заг. ред. В. В. Джинджояна. Дніпро : Дніпров. гум. ун-т, 2022. 245 с.

2. Александрова С. А. Детермінанти розвитку туризму : колективна монографія. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 159 с.

3. Коляда Н.М., Кочубей Т.Д., Кравченко О.О. Методологія наукових досліджень у соціальній роботі: навч. посіб. К. : ЦП Компринт, 2021. 341 с.

4. Повалій Т.Л. Івент-менеджмент: навч. посіб. Суми : Сумський державний університет, 2021. 198 с.

5. Сазонець О.М., Сазонець І.Л. Міжнародний бізнес і логістика: понятійно-термінологічний словник. Київ, «Центр учбової літератури», 2021 р. 264 с

6. Sazonets I., Yakovlieva-Melnyk N., Salenko A. Conceptual foundations of the movement of innovative capital in conditions of priority development of the «green» economy. BIO Web Conf. Volume 84. International Scientific and Practical Conference «Development and Modern Problems of Aquaculture» (AQUACULTURE 2023). 2024.

7. Джинджоян В.В., Саленко А.С. Сазонець І.Л. Соціальні детермінанти розвитку сфери послуг в концепції формування постіндустріального суспільства». Рівне. Волин. обереги, 2021 р. 208 с.

8. Dzhyndzhoian, V., Khodak, O., & Yakovleva-Melnyk, N. (2024). Activation of digitization processes and introduction of innovative tools in the field of hospitality. *Challenges and Issues of Modern Science*, 2, 409-421. <https://cims.fti.dp.ua/j/article/view/180>.

9. Сазонець О.М. Туристична індустрія (Tourist industry). Охорона здоров'я та рекреація: понятійно-термінологічний словник / за ред. О.М. Вівсянника. Рівне : Волин.обереги, 2023. С. 134.

#### **Інтернет-ресурси:**

1. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс] – режим доступу [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)
2. Державна служба України з туризму та курортів [Електронний ресурс] – режим доступу [www.tourism.gov.ua](http://www.tourism.gov.ua)

Розглянуто на засіданні кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу 20.04.2024 р., протокол №

Розглянуто на засіданні кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу 22.07.2024 р., протокол №12

**Завідувач кафедри**



**Тетяна ТЕСЛЕНКО**

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД  
ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**КАФЕДРА ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

**ПЛАНІ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ З НАВЧАЛЬНОЇ  
ДИСЦИПЛІНИ**

**ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ  
І ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

(назва навчальної дисципліни)

Освітній ступінь

**бакалавр**

кількість

**242 ТУРИЗМ**

(назва ступеня вищої освіти)

(шифр і назва)

Освітня програма

**ТУРИЗМ**

(назва, дата і № наказу про затвердження ОП)

**наказ №51-02 від 10.06.2021**

Форма навчання

**денна**

(денна/заочна)

у 2024/2025 навчальному році

Плани семінарських (практичних)  
занять обговорені та схвалені  
на засіданні кафедри  
22.07.2024 р., протокол №12  
Завідувач кафедри



\_\_\_\_\_ **Тетяна Тесленко**  
(підпис)

Організація ділового туризму і виставкової діяльності // Плани семінарських занять для денної форми навчання. Дніпро: ВВПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2024 р. 9 с.

**РОЗРОБНИК(-И):**

Яковлєва-Мельник Н.Г., ст.викладач кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

## Змістовний модуль I.

### ТЕМА 1. Характеристика, сутність, завдання та мета ділового туризму в Україні

*Практичне заняття № 1 (2 год).*

#### План

1. Історія і сучасні тенденції ділового туризму.
2. Державна підтримка розвитку ділового туризму.
3. Зв'язок економічного розвитку та ділового туризму.

***Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню:***

*Діловий туризм; рівень економічного розвитку; Business Travel; MICE; категорії ділового туризму; культурно-дозвіллева діяльність.*

#### Завдання

1. Визначити поняття і особливості ділового туризму.
2. Визначити вплив рівня розвитку ділового туризму та економічного розвитку регіону (країни).
3. Визначити суть досугу, рекреації, їх роль та місце в системі MICE.

***Уміння, які мають бути вироблені під час заняття та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття:*** визначати та розуміти суть ділового туризму та його місце в класифікації туризму, розуміти загальні назви заходів, що відносяться до ділового туризму; вміти пояснити залежність розвитку ділового туризму від рівня соціально-економічного розвитку регіону.

#### Завдання для самостійної роботи до Теми 1:

1. Які існують підходи до класифікації туризму? (за напрямом туристського потоку; за географічною ознакою; за метою подорожі).
2. Які складові класифікації туризму за метою подорожі? (рекреаційний туризм, лікувально-оздоровчий туризм, пізнавальний туризм (екскурсійний), спортивний туризм, етнічний, релігійний).
3. Проаналізувати перспективи розвитку ділового туризму до 2030 р. (за рахунок збільшення обігу даного сектору, кількості міжнародних ділових поїздок тощо).

#### Індивідуальні завдання до Теми 1:

1. Назвіть і охарактеризуйте основні міжнародні Business Travel асоціації і професійні спілки. Розкрийте їх значення для розвитку ділового туризму.
2. Розкрийте значення використання електронних баз даних, інформаційних електронних видань і інформаційних сайтів для функціонування і розвитку

ділового туризму.

3. Які особливості виникнення і розвитку ділового туризму в різних країнах світу: США, Великобританії, Франції, Німеччини, Італії, Іспанії, Ірландії, Португалії, Голландії, Греції, Китаю, Японії, Кореї, Мусульманські країни і країни Близького й Середнього Сходу, інших країн

### **Рекомендована література до Теми 1:**

1. Тараненко О.О. Організація ділового туризму та виставкової діяльності. Полтава : ПУЕТ, 2018. 35 с.
2. Животенко В.О., Карпенко Ю.В., Тараненко О.О. Організація туризму (Організація анімаційної діяльності): навч.-метод. посібник. Полтава : ПУЕТ, 2021. 127 с.
3. Горіна Г.О., Бабушко С.Р. Особливості розвитку ринку туристичних послуг України під впливом COVID-19 та карантинних обмежень: монографія. Кривий Ріг : Вид. ДонНУЕТ, 2021. 135 с.
4. Ефективне управління розвитком індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі : колект. монограф. ; за заг. ред. В. В. Джинджояна. Дніпро : Дніпров. гум. ун-т, 2022. 245 с.
5. Александрова С. А. Детермінанти розвитку туризму : колективна монографія. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 159 с.
6. Організація ділового туризму та виставкової діяльності: метод. рек. до вивч. дисц. / Г.А. Богатирьова; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. міжнар. економіки та туризму. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2019. 52 с.

## **ТЕМА 2. Конференц-зали і бізнес-центри: характеристики, вимоги, обладнання**

### ***Практичне заняття № 2 (2 год).***

#### **План**

1. Конференц-зали і бізнес-центри.
2. Обладнання для ділових заходів.
3. Сучасні інформаційні ресурси для ділового туризму.

#### ***Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню:***

діловий сегмент, ділові зустрічі, конференц-зали; бізнес-центр, обладнання для ділових заходів; інтенсив туризм; інвестиційна привабливість; оцінка бізнес-центру.

#### **Завдання**

1. Охарактеризуйте бізнес-центри регіону: ARENA TOWER, «Каскад Плаза», «Європейський», «Дім Побуту», «Славія Єніґма», «Ступени», «Альянс» «Кудашевський», «Вавілон».

Інформацію подати у вигляді таблиці (таблиця 2.1.):

Таблиця 2.1.

### Характеристика бізнес-центру

Показник	Характеристика
1	2
Тип приміщень	
Клас	
Рік будівництва	
Розташування	
Найближчі станції метро	
Найближчі автомагістралі	
Найближчі банки	
Відстань до органів законодавчої і виконавчої влади, державних установ	
Зона комфорту	
Паркування	
Оренда офісних приміщень	
Архітектура	
Тип планування	
Технічне обладнання	
Телекомунікаційне обладнання	
Безпека	

**Уміння, які мають бути вироблені під час заняття та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття:** виробити навички до здатності підбору, пошуку та оцінки відповідного приміщення для проведення заданого ділового заходу.

### Індивідуальні завдання до Теми 2:

1. Обґрунтуйте пріоритетні напрямки розвитку туризму на прикладі окремого регіону (за вибором).
2. Охарактеризуйте, які передумови для цього має обраний регіон. Чи є перспективним для обраного регіону діловий туризм? Які є умови і перешкоджання для його розвитку в регіоні?
3. Розкрити роль ділового туризму у міжнародному, внутрішньому й іноземному туризмі в Україні.

4. Надати системну оцінку стану та обґрунтування напрямів удосконалення сучасних виставково-ярмаркових заходів.
5. Охарактеризувати діяльність вітчизняних туроператорів, які спеціалізуються на діловому туризмі.
6. Описати процедуру підготовки й організації ділового заходу на прикладі ділового засідання.

### **Рекомендована література до Теми 2:**

#### **Навчальні посібники, інші дидактичні та методичні матеріали:**

1. Тараненко О.О. Організація ділового туризму та виставкової діяльності. Полтава : ПУЕТ, 2018. 35 с.
2. Ефективне управління розвитком індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі : колект. монограф. ; за заг. ред. В. В. Джинджояна. Дніпро : Дніпров. гум. ун-т, 2022. 245 с.
3. Організація ділового туризму та виставкової діяльності: метод. рек. до вивч. дисц. / Г.А. Богатирьова; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. міжнар. економіки та туризму. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2019. 52 с.

### **ТЕМА 3. Особливості обслуговування ділового сегменту споживачів туристськими підприємствами**

#### ***Практичне заняття № 3 (2 год).***

#### **План**

1. Travel-політика корпоративних клієнтів.
  2. Страхування ділових подорожей.
  3. Структура та умови договору про надання послуг організації ділових поїздок.
  4. Порядок розробки інсентив-програм.
  5. Транспортні послуги у діловому туризмі.
  6. Програми лояльності у діловому туризмі.

#### ***Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню:***

*Travel-політика корпоративних клієнтів; страхування; модуль страхових послуг; договір на надання послуг ділового туризму; інсентив-програми; транспортні послуги в діловому туризмі; програма лояльності.*

#### ***Завдання***

1. Розкрийте сутність терміну «інсентив-туризм».
2. Дайте відповідь на питання:



В чому полягає важливість і значення інсентив-туризму:

- а) для замовників;
- б) для організаторів;
- в) для учасників.

3. Проаналізуйте обсяг та ціну стархових модулів 3-4 страхових компаній для послуг ділового туризму. Результати подайте в табличному вигляді (таблиця 4.1.).

Таблиця 4.1.

Назва страхової компанії	Перелік послуг в страховому модулі	Ціна

*Висновок: дайте відповідь на питання: з якою страховою компанією ви заключили договір. Обґрунтуйте.*

**Уміння, які мають бути вироблені під час заняття та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття:** напрацювати навички щодо застосування оінструментів корпоративної політики в обслуговуванні клієнтів ділового туризму; набути навичок дослідження та аналізу ринку страхових послуг з метою вибору оптимального варіанту для формування туристичного продукту ділового туризму; розуміння та вміння розробляти інтенсив-програми та програми лояльності.

### **Завдання для самостійної роботи до Теми 3:**

1. Дати характеристику основних видів інсентив-турів.
2. Особливості розробки та реалізації інсентив-програми.
3. Охарактеризувати особливості організації й проведення конференції з використанням інсентив-програми.
4. Цінова політика і сервіс інсентив-турів: порівняльна характеристика.
5. Туристична індустрія інсентив-туризму в Україні: основні аспекти функціонування і розвитку

### **Рекомендована література до Теми 3:**

1. Тараненко О.О. Організація ділового туризму та виставкової діяльності. Полтава : ПУЕТ, 2018. 35 с.
2. Животенко В.О., Карпенко Ю.В., Тараненко О.О. Організація туризму (Організація анімаційної діяльності): навч.-метод. посібник. Полтава : ПУЕТ, 2021. 127 с.
3. Горіна Г.О., Бабушко С.Р. Особливості розвитку ринку туристичних послуг України під впливом COVID-19 та карантинних обмежень: монографія. Кривий Ріг : Вид. ДонНУЕТ, 2021. 135 с.

4. Ефективне управління розвитком індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі : колект. монограф. ; за заг. ред. В. В. Джинджояна. Дніпро : Дніпров. гум. ун-т, 2022. 245 с.
5. Александрова С. А. Детермінанти розвитку туризму : колективна монографія. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 159 с.
6. Організація ділового туризму та виставкової діяльності: метод. рек. до вивч. дисц. / Г.А. Богатирьова; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. міжнар. економіки та туризму. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2019. 52 с.

#### **ТЕМА 4. Діловий етикет. Особливості спілкування з діловими партнерами**

##### *Практичне заняття № 4 (2 год).*

##### **План**

1. Особливості сучасного ділового етикету.
2. Діловий етикет керівника та імідж ділової людини.
3. Національно-культурна специфіка й діловий етикет.

**Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню:**  
*діловий етикет; імідж ділової людини; етика та етикет; етика ділових взаємин керівника з підлеглим; гендерні засади ділової етики; атрибутика в діловому спілкуванні; етикет національних символів.*

##### **Завдання**

#### **1. Скориставшись додатковими джерелами, схваліть чи заперечте наступні твердження (обґрунтуйте):**

1. Можна не завжди застібати двобортний піджак.
2. Якщо телефонна розмова перервалася, передзвонити має особа, яка зателефонувала.
3. Подібна форма представлення є правильною: "Пане Начальнику, дозвольте представити вам клієнта нашої фірми, пана Нечипоренка".
4. Слід уникати безособових формул "Шановний пане/Шановна пані" для привітання.
5. Чоловік повинен дочекатися, поки жінка протягне руку для потискання.
6. "Окуляри-хамелеони" (які міняють затемненість скла залежно від сили освітлення) хороший вибір для ділової людини: ви не повинні мати дві пари окулярів — з прозорим та з темним склом.
7. Який процент інформації, котру ви передасте, сприймається через ваш зовнішній вигляд?  
а) 30 %;

б) 55 %;

в) 75 %.

8. На важливу пошту відповідь дається протягом:

а) 48 годин;

б) чотирьох днів;

в) одного тижня.

2. Поясніть, як досягається ефект візуального іміджу у діловому спілкуванні?

Охарактеризувати фактори, які негативно впливають на стиль ділового спілкування.

Як, на вашу думку, працює психотерапія в спілкуванні: не перемогти суперника, а домогтися його розташування?

Як оволодіти практикою аргументації?

#### ***Завдання для самостійної роботи до Теми 4:***

1. Спілкування з іноземними партнерами.
2. Візитні картки. Стандарти візитної картки.
3. Ділові подарунки. Особливості вибору ділових подарунків.
4. Особливості етикету вручення й отримання ділових подарунків

#### ***Індивідуальні завдання до Теми 4:***

1. Дотримання моральних норм у діловому спілкуванні.
2. Ділове спілкування як специфічна форма контактів і взаємодії людей, які
3. представляють певну організацію.
4. Ефективне ділове спілкування як пошук спільного рішення.
5. Техніка «живого контакту».
6. Важливість використання особливих інструментів ділового спілкування –
7. комунікаційних ефектів

#### **Рекомендована література до Теми 4:**

1. Тараненко О.О. Організація ділового туризму та виставкової діяльності. Полтава : ПУЕТ, 2018. 35 с.
2. Животенко В.О., Карпенко Ю.В., Тараненко О.О. Організація туризму (Організація анімаційної діяльності): навч.-метод. посібник. Полтава : ПУЕТ, 2021. 127 с.
3. Горіна Г.О., Бабушко С.Р. Особливості розвитку ринку туристичних послуг України під впливом COVID-19 та карантинних обмежень: монографія. Кривий Ріг : Вид. ДонНУЕТ, 2021. 135 с.
4. Ефективне управління розвитком індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі : колект. монограф. ; за заг. ред. В. В. Джинджояна. Дніпро : Дніпров. гум. ун-т, 2022. 245 с.
5. Александрова С. А. Детермінанти розвитку туризму : колективна

- монографія. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 159 с.
6. Організація ділового туризму та виставкової діяльності: метод. рек. до вивч. дисц. / Г.А. Богатирьова; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського, каф. міжнар. економіки та туризму. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2019. 52 с.

## ТЕМА 5. Мета й основні завдання виставково-ярмаркової діяльності

### *Практичне заняття № 5 (2 год).*

#### План

1. Основні поняття та функції виставкової діяльності
2. Класифікація ярмарок та виставок.
3. Віртуальні виставки.

#### ***Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню:***

*виставка, інструмент маркетингових досліджень; виставкові заходи; суб'єкти виставкової діяльності; державне регулювання виставкової діяльності; інформаційне забезпечення; сучасні тенденції виставкової діяльності.*

#### Завдання

1. Розкрийте зміст основних функцій виставкової діяльності (7-8 функцій). Результат можна подати в табуличному вигляді (приклад – таблиця 5.1.).

Таблиця 5.1.

Назва функції	Характеристика функції
Інформаційна	інформування спеціалістів і громадськості про стан певної галузі народного господарства та економіки країни в цілому, про сучасний рівень розвитку техніки та технологій, про найновіші досягнення у різних сферах людської діяльності
Комунікаційна	встановлення контактів із потенційними споживачами, з представниками ЗМІ, а також діловими партнерами для подальшого співробітництва

.....

2. З метою представлення інформації споживачам про туристичні пропозиції та гуртовий продаж послуг ділового туризму створіть ілюстроване представлення туристичного продукту – 4-8 слайдів макет-виставки. (Ідею турагенства та перелік послуг ділового туризму – змодельуйте за власним бажанням).

**Уміння, які мають бути вироблені під час заняття та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття:** усвідомити основні функціональні особливості інструментів маркетингових досліджень для визначення цілей та формування виставкових заходів. Набути навичок створювати макет-виставки для онлайн презентації продукції.

### **Завдання для самостійної роботи до Теми 5:**

- 1) виставкова діяльність як інструмент формування й реалізації макроекономічної політики держави;
- 2) виставки та ярмарки як інструмент інфраструктури товарного ринку;
- 3) характеристика основних функцій виставкової діяльності;
- 4) характеристика ефектів виставкової діяльності;
- 5) мультиплікаційний ефект від проведення виставок.

### **Індивідуальні завдання до Теми 5:**

Визначити сутність понять:

1. Тип учасника виставкових заходів.
2. Класифікація відвідувачів виставкових заходів.
3. Підприємство виставкової діяльності.
4. Виставковий продукт.

### **Рекомендована література до Теми 5:**

1. Виставковий бізнес : монографія / Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 244 с
2. Тараненко О.О. Організація ділового туризму та виставкової діяльності. Полтава : ПУЕТ, 2018. 35 с.
3. Животенко В.О., Карпенко Ю.В., Тараненко О.О. Організація туризму (Організація анімаційної діяльності): навч.-метод. посібник. Полтава : ПУЕТ, 2021. 127 с.
4. Горіна Г.О., Бабушко С.Р. Особливості розвитку ринку туристичних послуг України під впливом COVID-19 та карантинних обмежень: монографія. Кривий Ріг : Вид. ДонНУЕТ, 2021. 135 с.
5. Александрова С. А. Детермінанти розвитку туризму : колективна монографія. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 159 с.
6. Організація ділового туризму та виставкової діяльності: метод. рек. до вивч. дисц. / Г.А. Богатирьова; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. міжнар. економіки та туризму. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2019. 52 с.

## ТЕМА 6. Особливості організації виставкової діяльності

### Практичне заняття № 6 (2 год).

#### План

1. Проектування експозиції.
2. Виставкове обладнання та виставковий дизайн.
3. Підбір і вимоги до персоналу.

#### Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню:

*виставковий стенд; проектування експозиції; виставкове обладнання і виставковий дизайн; рекламноінформаційні матеріали; технічне забезпечення заходів; виставковий маркетинг; менеджер виставкової діяльності; виставковий дизайнер та фахівець-стендист.*

#### Завдання

1. На основі аналізу ряду факторів (місця проведення виставкового заходу, походження, термін проведення виставки та ін..) визначити коефіцієнт мультиплікатора виставкової діяльності.



Рис. 6.1. – Прояви мультиплікаційного ефекту виставкової діяльності

Джерело: Виставковий бізнес : монографія / Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 244 с., С.11.

2. Проведіть та представте аналіз документів правового забезпечення виставкової діяльності в Україні. Чи достатньо ґрунтовна правова база для розвитку виставкової діяльності в Україні (обґрунтуйте).
3. Класифікація учасників виставкових заходів

**Уміння, які мають бути вироблені під час заняття та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття:** напрацювати розуміння процесу проектування експозиції виставки; набутти навичок визначення інформації для виставкового стенду та переліку необхідного обладнання для виставки; набутти розуміння механізму дії рекламної інформаційного матеріалу та особливостей діяльності менеджера виставкової діяльності, ддизайнера та фахівця стендіста.

### **Завдання для самостійної роботи до Теми 6:**

1. Еволюція розвитку виставкової діяльності в Україні та світі.
2. Характеристика спеціалізації виставкової діяльності.
3. Основні центри виставкової діяльності кінця ХХ – початку ХХІ століття в Україні.
4. Характеристика змін у виставково-ярмарковій діяльності України при переході до ринкової економіки.
5. Виставкова діяльність як окремий вид підприємницької діяльності.

### **Рекомендована література до Теми 6:**

1. Виставковий бізнес : монографія / Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 244 с.
2. Ефективне управління розвитком індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі : колект. монограф. ; за заг. ред. В. В. Джинджояна. Дніпро : Дніпров. гум. ун-т, 2022. 245 с.
3. Александрова С. А. Детермінанти розвитку туризму : колективна монографія. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 159 с.
4. Організація ділового туризму та виставкової діяльності: метод.рек. до вивч. дисц. / Г.А. Богатирьова; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського, каф. міжнар. економіки та туризму. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2019. 52 с.

## **ТЕМА 7. Технологія роботи під час та після виставкових заходів**

### ***Практичне заняття № 7 (2 год).***

#### **План**

1. Виставкові заходи: вимоги та види участі.
2. Тематика та концепція виставки.
3. Принципи комунікації.
4. Післявиставкова робота.

***Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню:***

види участі у виставкових заходах; тематика виставки; післявиставкова робота; методика оцінки ефективності виставкових заходів; комунікації; усна майстерність.

### Завдання

1. Оберіть за власним уподобанням виставку та за однією з методик проведіть оцінку ефективності виставкових заходів.



Рис. 7.1. – Методики аналізу і оцінки ефективності виставкового заходу  
Джерело: Вдовічен А.А., Вдовічена О.Г. Організація виставкової діяльності : навчальний посібник. Чернівці: Технодрук, 2018. 264 с.

**Уміння, які мають бути вироблені під час заняття та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття:** навчитися визначати вид участі у виставкових заходах; здобути навички щодо дотримання вимог роботи на виставкових заходах; опанувати інструменти комунікацій під час виставкової діяльності та під час післявиставкового обслуговування.

### Завдання для самостійної роботи до Теми 7.

1. Міжнародні вимоги до організації виставкової діяльності. Оформлення документів про партнерську роботу та з постачальниками.
2. Безпека ділового туризму і виставкової діяльності.
3. Правила поведінки в закордонних поїздках.
4. Правові аспекти закупівлі, перевезення, зберігання та збуту товару.

### Індивідуальні завдання до Теми 7:

1. Класифікація цілей щодо участі у виставці.
2. Вибір і оцінка виставки для участі
3. Збір інформації про виставковий захід.



4. Критерії оцінки виставки.
5. Фактори впливу на остаточний вибір виставки.
6. Основні статті витрат на участь у виставковому заході.
7. Показники вигідності реалізації виставкового проекту.
8. Статистичні дані виставки.

### **Рекомендована література до Теми 7:**

1. Вдовічен А.А., Вдовічена О.Г. Організація виставкової діяльності : навчальний посібник. Чернівці: Технодрук, 2018. 264 с.
2. Виставковий бізнес : монографія / Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 244 с.
3. Ефективне управління розвитком індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі : колект. монограф. ; за заг. ред. В. В. Джинджояна. Дніпро : Дніпров. гум. ун-т, 2022. 245 с.
4. Александрова С. А. Детермінанти розвитку туризму : колективна монографія. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 159 с.
5. Організація ділового туризму та виставкової діяльності: метод.рек. до вивч. дисц. / Г.А. Богатирьова; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського, каф. міжнар. економіки та туризму. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2019. 52 с.

### **ТЕМА 8. Вітчизняний та світовий досвід організації та розвитку виставкової діяльності**

*Практичне заняття №8 (2 год).*

#### **План**

1. Світовий ринок виставкових послуг.
2. Міжнародні та національні виставкові асоціації.
3. Державна підтримка виставкової діяльності: вітчизняний та зарубіжний досвід.

***Основні поняття, терміни та категорії, що підлягають засвоєнню:***

*світовий ринок виставкових послуг; міжнародні та національні виставкові асоціації; всесвітня асоціація виставкової індустрії (UFI).*

#### **Завдання**

Надайте порівняльну характеристику діяльності наведених нижче регіональних міжнародних виставкових асоціацій:

AFIDA – Асоціація міжнародних ярмарків Америки. Країни, що входять: Аргентина, Болівія, Венесуела, Еквадор, Колумбія, Куба, Мексика, Панама, Перу, Сальвадор, Чилі;

AUIEC – Арабський союз міжнародних виставок і конференцій. Країни, що входять: Бахрейн, Єгипет, Ірак, Йорданія, Катар, Кувейт, Ліван, Лівія, Оман, ОАЕ, Саудівська Аравія, Судан, Сирія, Туніс;

CENTREX – Міжнародний союз виставкової статистики. Країни, що входять: Польща, Чеська Республіка, Угорщина, Україна, Словаччина, Румунія, Болгарія;

CEFA – Центральноевропейський виставковий альянс. Країни, що входять: Австрія, Боснія і Герцеговина, Болгарія, Італія, Македонія,

Німеччина, Румунія, Сербія, Словаччина, Словенія, Угорщина, Хорватія, Чеська Республіка, Чорногорія;

EASE – Виставкова асоціація Південно-Східної Європи. Країни, що входять: Албанія, Болгарія, Боснія і Герцеговина, Македонія, Румунія, Сербія, Чорногорія, Хорватія;

FAIRLINK AB – Скандинавська професійна і промислова рада організаторів виставок. Країни, що входять: Данія, Норвегія, Фінляндія, Швеція.

***Уміння, які мають бути вироблені під час заняття та навички, які мають бути напрацьовані під час заняття:*** набути навичок аналізу діяльності організацій, що впроваджують виставкову діяльність та визначення перспектив їх діяльності.

#### **Завдання для самостійної роботи до Теми 8:**

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

#### **Індивідуальні завдання до Теми 8:**

1. Виставкова діяльність в країнах Східної, Північної, Центральної, Західної та Південної Європи.
2. Особливості виставкової діяльності в Азії.
3. Виставкова діяльність в країнах Східної, Північної, Центральної, Західної та Південної Азії.
4. Особливості виставкової діяльності в Південній Америці та деяких країнах Африки.
5. Виставкова діяльність на Кубі, в Бразилії, Перу, ПАР, Мозамбіку, Зімбабве та ін.
6. Особливості виставкової діяльності в Австралії та країнах Північної Америки.
7. Виставкова діяльність в Австралії, США, Канаді та Мексиці.

#### **Рекомендована література до Теми 8:**

1. Виставковий бізнес : монографія / Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 244 с.
2. Ефективне управління розвитком індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі : колект. монограф. ; за заг. ред. В. В. Джинджояна. Дніпро : Дніпров. гум. ун-т, 2022. 245 с.

3. Александрова С. А. Детермінанти розвитку туризму : колективна монографія. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 159 с.
4. Організація ділового туризму та виставкової діяльності: метод. рек. до вивч. дисц. / Г.А. Богатирьова; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського, каф. міжнар. економіки та туризму. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2019. 52 с.

## **ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ (ІСПИТУ)**

### **Перелік питань до підсумкового контролю:**

1. Поняття ділового туризму.
2. Класифікація ділового туризму.
3. Значення ділового туризму.
4. Історія і сучасні тенденції ділового туризму.
5. Візити: типи, характеристика, особливості організації.
6. Політичні конференції.
7. Види і типи наукових ділових заходів.
8. Особливості організації і проведення організації ділових заходів.
9. Загальна характеристика комерційних ділових заходів.
10. Організація і проведення виставково-ярмаркових заходів.
11. Особливості організації інсентив-турів.
12. Характеристика і особливості ділових туристів.
13. Значення ділових заходів для готелів.
14. Необхідні умови, що впливають на вибір готелю.
15. Типи і характеристика основних закладів обслуговування ділових зустрічей.
16. Конференц-зали: класифікація, об'ємно-планувальні рішення, типові проекти.
17. Обладнання для ділових заходів: типи, характеристика, основні переваги й недоліки.
18. Спілкування з іноземними партнерами.
19. Візитні картки.
20. Ділові подарунки.
21. Міжнародні Business Travel асоціації і професійні спілки.
22. Організація і просування ділового туризму в Україні.
23. Вітчизняний досвід організацій ділового туризму.
24. Основні визначення у виставково-ярмарковій діяльності.
25. Предмет і зміст виставкової діяльності, мета і завдання.
26. Місце виставки у підприємницькій діяльності.
27. Основні принципи маркетингу.
28. Виставки серед інструментів маркетингу.
29. Визначення цілей участі у виставці.
30. Прийняття рішення про участь у виставці. Вибір виставки.
31. Виставкова діяльність як інструмент маркетингу.

32. Маркетингові функції виставки.
33. Роль виставкової діяльності при розробці стратегії підприємства.
34. Формування цільової спрямованості виставкової діяльності.
35. Інструменти комунікаційної політики підприємства
36. Функції виставки серед інструментів маркетингу.
37. Інструменти ціноутворення, які характерні для виставки.
38. Роль виставки у виявленні переваг підприємства-учасника перед конкурентами щодо цінової політики.
39. Інструменти політики розподілу (збуту), що використовуються на виставках.
40. Роль виставок у товарній політиці підприємства.
41. Цілі участі у виставці.
42. Яку мету ставить перед собою відвідувач виставки?
43. Значення маркетингового аналізу виставок за регіонами і за цільовими групами.
44. Етапи організаційного процесу виставкового заходу.
45. Форми участі у виставці.
46. Планувати строки виконання робіт з підготовки до виставки.
47. Роль виставкового персоналу при підготовці й участі у виставці на кожному організаційному етапі.
48. Роль каталогу виставки.
49. Стенд як "візитна картка" підприємства.
50. Мета роботи з клієнтами і цільовими групами після виставки.
51. Параметри проведення аналізу ефективності участі у виставці.
52. Основні організаційні форми виставкової діяльності.
53. Технічне обслуговування основних та допоміжних засобів виставки: транспортне обслуговування, складське обслуговування.
54. Розподіл експонатів: розробка плану участі у виставці, вибір об'єктів, розміщення, обслуговування та робота по закінченню виставкового процесу.
55. Планування виставкової діяльності у просторі і часі.
56. Перспективне планування. Оперативно-поточне планування.
57. Управління виставковим процесом.
58. Основні завдання стендистів на виставці.
59. Робота стендиста виставки з відвідувачами виставок.
60. Особливості Міжнародної виставкової діяльності.
61. Найбільші виставкові Центри в Світі.
62. Перспективи розвитку Міжнародної виставкової діяльності.
63. Роль держави в організації Міжнародних виставок.

