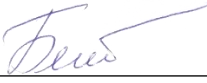


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка

Факультет культури і мистецтв
Кафедра соціокультурного менеджменту

Затверджено
на засіданні кафедри соціокультурного менеджменту
Факультету культури і мистецтв
Львівського національного університету імені Івана Франка
(Протокол № 8 від 30.08.2024 р.)


Завідувач кафедри
доц. Людмила Белінська

СИЛАБУС

з навчальної дисципліни	Менеджмент міжнародних виставкових проєктів
Рівень вищої освіти:	другий (магістерський)
Галузь знань:	02 Культура і мистецтво
Спеціальність:	028 Менеджмент соціокультурної діяльності
Освітня програма:	Менеджмент соціокультурної діяльності

Львів 2024

Назва навчальної дисципліни	Менеджмент міжнародних виставкових проєктів
Адреса викладання навчальної дисципліни	м. Львів, вул. Валова, 18
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Факультет культури і мистецтв, кафедра соціокультурного менеджменту
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	02 Культура і мистецтво, 028 Менеджмент соціокультурної діяльності
Викладачі дисципліни	Данилиха Наталія Романівна, кандидат історичних наук, доцент кафедри соціокультурного менеджменту https://kultart.lnu.edu.ua/employee/danylyha-natalia-romanivna
Контактна інформація викладачів	nataliya.danylykha@lnu.edu.ua , natalia.danylykha@ukr.net м. Львів, вул. Валова, 18, каб. 13
Консультації з питань навчання по дисципліні відбуваються	Консультації в день проведення лекцій/практичних занять (за попередньою домовленістю з викладачем). Також можливі он-лайн консультації через Teams, Skype, Viber, Telegram або подібні ресурси. Для погодження часу он-лайн консультацій слід писати на електронну пошту викладача або дзвонити.
Форма навчання	денна
Семестровий (підсумковий) контроль	екзамен
Сторінка навчальної дисципліни	Сторінка кафедри соціокультурного менеджменту → Навчальні курси https://kultart.lnu.edu.ua/department/sociocultural-management https://kultart.lnu.edu.ua/course/menedzhment-mizhnarodnykh-vystavkovykh-proektiv
Інформація про навчальну дисципліну	Дисципліна «Менеджмент міжнародних виставкових проєктів» є дисципліною вільного вибору зі спеціальності 028 Менеджмент соціокультурної діяльності для освітньої програми «Менеджмент соціокультурної діяльності», рівня освіти – магістр.
Коротка анотація навчальної дисципліни	Курс присвячений теоретичним, методологічним і практичним питанням управління виставковими проєктами. Розкрито термінологічний інструментарій у міжнародному виставковому бізнесі. Виявлено особливості організаційно-економічного механізму управління суб'єктами виставкового бізнесу. Досліджено сучасний стан та тенденції розвитку виставкового бізнесу в Україні. Визначено особливості правового регулювання виставкового бізнесу. Надано методичні та практичні рекомендації щодо вдосконалення механізму управління суб'єктами виставкового бізнесу.

<p>Мета та завдання дисципліни</p>	<p>Метою дисципліни «Менеджмент міжнародних виставкових проєктів» надати студентам знання, вміння та навички, які дозволять оволодіти основами менеджерської діяльності, зокрема в галузі міжнародного культурного співробітництва у виставковій сфері – сфери їх майбутньої творчої та підприємницької діяльності. Дисципліна «Менеджмент міжнародних виставкових проєктів» передбачає вивчення широкого спектру маркетингових комунікацій (повідомлення співробітникам, клієнтам та контрагентам простої, від необхідної інформації до ефективної презентації бренду або продукції), що здійснюється за допомогою організації різних заходів. Це допоможе студентам оволодіти належним рівнем методичної готовності до професійної діяльності, виховати високий рівень культури спілкування у менеджменті соціокультурної діяльності.</p> <p>Завданнями дисципліни є:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формування у студентів теоретичних уявлень щодо сутності, функцій та особливостей діяльності менеджменту виставкової діяльності, моделювання їх розвитку; - сутності та ролі виставок у сучасному бізнесі, міжнародній торгівлі; - характеристики суб'єктів виставкової діяльності; - етапів становлення та розвитку виставкового бізнесу в Україні; - прийняття рішення щодо участі підприємства у виставковому заході; - організаційного процесу підготовки підприємства у роботі виставки; - побудови виставкового стенда та його оснащення; - комерційної роботи на стенді під час виставки; - організації реклами та зв'язків з громадськістю у виставковому середовищі; - оцінки ефективності виставкової діяльності фірм учасників та організаторів.
<p>Обсяг навчальної дисципліни</p>	<p><i>Всього 48 аудиторних год. З них 32 год. лекцій, 16 год. практичні заняття та 102 год. самостійна робота студентів.</i></p>
<p>Ключові слова</p>	<p>Виставкова діяльність, менеджмент, проєкт, виставка, виставковий проєкт, виставкова діяльність, ярмарка, виставкові заходи, міжнародні проєкти, міжнародне культурне співробітництво, міжнародні виставкові проєкти, реклама виставкових проєктів, стенди, фінансування проєктів, маркетингова комунікація, виставкові послуги, виставковий ринок, експозиційний план, спеціалізовані виставки, галузеві виставки, міжнародні виставки, сезонні виставки, іміджеві виставки, виставковий маркетинг, виставковий менеджмент, Інтернет-виставки</p>
<p>Очікувані результати навчання</p>	<p>Відповідно до Освітньо-професійної програми 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» другого (магістерського) рівня вищої освіти у результаті вивчення навчальної дисципліни «Менеджмент міжнародних виставкових проєктів» студент повинен набути компетентності:</p> <p>Загальні: ЗК03. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК05. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>Фахові: ФК03. Здатність до планування, обґрунтування та обговорення результатів проведеного дослідження. ФК04. Здатність вирішувати соціокультурні проблеми за невизначених умов і вимог та надавати науково-обґрунтовані, професійні рекомендації та висновки.</p>

	<p>ФК06. Здатність швидко адаптуватися до викликів часу, до специфічних умов і напрямів професійної діяльності.</p> <p>ФК09. Здатність працювати з високим ступенем автономії, оцінювати потенційні результати, обмеження та ризики, брати відповідальність за планування і реалізацію соціокультурного проєкту.</p> <p>ФК11. Здатність розробляти ефективні системи маркетингу соціокультурних продуктів та послуг (просування проєктів, програм, акцій, івентів тощо).</p> <p>ФК13. Здатність усвідомлювати рівні можливості та гендерні проблеми, передбачувати та враховувати їх при побудові команди та реалізації соціокультурних проєктів.</p> <p style="text-align: center;">Програмними результатами навчання на курсі є:</p> <p>ПРН03. Вміти збирати та інтегрувати докази власної дослідницької позиції, обґрунтовувати результати соціокультурних практик, презентувати і відстоювати власну думку щодо результатів досліджень та інновацій.</p> <p>ПРН04. Здійснювати власну наукову та професійну діяльність з дотриманням вимог чинного законодавства.</p> <p>ПРН06. Аналізувати та оцінювати ризики, приймати ефективні рішення з питань соціокультурної діяльності.</p> <p>ПРН08. Використовувати «модель 4к» для розв’язання задач і прийняття рішень, ведення переговорів і наукових дискусій у сфері менеджменту соціокультурної діяльності.</p> <p>ПРН11. Організувати конструктивний діалог між зацікавленими стейкхолдерами соціокультурних трансформацій задля досягнення спільно визначеної мети (місії).</p> <p>ПРН14. Знати європейські та світові моделі соціокультурного менеджменту та культурної політики та вміти адаптувати їх до українських реалій.</p> <p>ПРН15. Ефективно застосовувати отримані знання на практиці на основі обізнаності у специфіці сучасних соціокультурних процесів.</p> <p>Вивчення дисципліни передбачає досягнення такого кваліфікаційного рівня підготовки студентів, за якого вони повинні:</p> <p>знати застосування засобів, форм і методів виставкової діяльності; проектувальна здатність щодо розробки концепції виставкових проєктів; визначення інструментів, технологій її створення та просування; специфіку управління персоналом виставки та виставкові комунікації; розробляти актуальні форми міжнародних виставкових проєктів; засвоїти професійну термінологію.</p> <p>вміти пояснювати, узагальнювати й оцінювати особливості виставкової діяльності; здійснювати вивчення міжнародного і вітчизняного виставкового ринків та культурних потреб аудиторії; розрізняти, осмислювати та проводити аналіз міжнародних виставкових проєктів; розробляти менеджмент виставкових проєктів, формувати творчу команду та здійснювати контроль в ході реалізації міжнародних виставкових проєктів.</p>
<p>Перелік соціальних, «м’яких» навичок (soft skills)</p>	<p>Комунікативні навички; критичне мислення; позитивне мислення, організаційні здібності; лідерські якості; уміння працювати в команді, самоорганізація.</p>

Теми	<p>Тема 1,2. Теоретико методологічні основи виставково-ярмаркового бізнесу Тема 3. Розвиток та становлення виставково-ярмаркового бізнесу у світі. Тема 4. Діагностика розвитку виставкового бізнесу в Україні Тема 5. Планування і організація участі підприємств у виставкових заходах. Тема 6. Комерційна робота на виставковому стенді Тема 7. Маркетингові комунікації в контексті виставкової діяльності. Тема 8. Напрями інноваційного розвитку виставкового бізнесу. Тема 9. Оцінка ефективності виставкової діяльності</p> <p>Детальніше у формі СХЕМИ КУРСУ</p>
Пререквізити	<p>Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з дисциплін бакалаврського рівня вищої освіти ОПП «Менеджмент соціокультурної діяльності», а саме: «Вступ до фаху», «Соціокультурна діяльність», «Національний культурний продукт», «Менеджмент соціокультурної діяльності», «Бізнес-планування у сфері культури», «Культурна політика», «Подієвий менеджмент».</p>
Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання навчальної дисципліни	<p>Застосовуються стратегії активного і колективного навчання, які визначаються наступними методами й технологіями: 1) методи проблемного навчання та дискусійні технології (дебати, «акваріум», проблемний виклад, частково-пошуковий (евристична бесіда), бінарна лекція); 2) особистісно-орієнтовані (розвиваючі) технології, засновані на активних формах і методах навчання («мозкова атака», «аналіз ситуацій», дискусія, рольова гра, експрес-конференція, кейс-технологія тощо); 3) навчання в команді, навчання в малих групах; 4) ситуаційного навчання (кейс-метод, ділова гра); 5) дослідницького навчання (лекція-діалог, практичне заняття з індивідуальною і груповою роботою, практичне заняття «круглий стіл»); 6) інформаційно-комунікаційні технології, що забезпечують проблемно-дослідницький характер процесу навчання та активізацію самостійної роботи студентів (електронні презентації для лекційних занять, використання аудіо-, відеопідтримки навчальних занять, зокрема, аналіз мережевого сервісу YouTube щодо наявності та якості навчальних відеоматеріалів фахівців); 7) під час курсу буде використовуватись кейс-стаді, практикоорієнтоване навчання на основі реальних підприємств та організацій.</p>
Необхідне обладнання	<p>Наявність ноутбука, проектора, доступ до мережі Internet, фліпчарт, кольорові маркери. Вивчення навчальної дисципліни не потребує використання спеціального програмного забезпечення, крім загальноживаних програм і операційних систем.</p>

Література для вивчення навчальної дисципліни

Уся література, яку здобувачі вищої освіти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Здобувачі вищої освіти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел інформації, яких немає у списку рекомендованих.

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА

1. Антонюк Я.М. Організація виставкової діяльності: Навч. посібник / Я.М. Антонюк, І.М. Шиндировський. - Львів: вид-во ЛКА, 2015. – 328 с.
2. Виставковий бізнес : монографія / Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 244 с.
3. Василенко В.А., Ткаченко Т.І. Виробничий (операційний) менеджмент [Навчальний посібник] / В.А. Василенко, Т.І. Ткаченко. За ред. В.А. Василенка. – Київ: ЦУЛ, 2003. – 532 с. .
4. Данилиха Н.Р., Пахолок І.Р. Івент-заходи як інструмент популяризації національної культури (1991-2021). Народознавчі зошити, 2021. № 3 (159). - С. 593-600.
<https://nz.lviv.ua/archiv/2021-3/9.pdf>
5. Організація виставкової діяльності [Навчальний посібник] / Я.М. Антонюк, І.М. Шиндировський; Львівська комерційна академія. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2015. – 327 с.
6. Ткаченко Т.І. Виставковий бізнес : монографія / Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 244 с. ISBN 978-966-629-759-7

ДОДАТКОВА ЛІТЕРАТУРА

1. Бессараб А. О. Виставки-ярмарки як складова соціальних комунікацій у видавничій сфері та формування медіакультури. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2015. № 4 (24). С. 131–135.
2. Болдін О. С. Інституційні засади державного регулювання виставково-ярмаркової діяльності. Державне будівництво. 2009. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2009_
3. Вдовіченко О. Г. Методичні аспекти організації виставково ярмаркової діяльності у регіоні. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. 2012. №4. С. 259–266.
4. 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. 28
5. Вдовічена О. Г. Методичні аспекти організації виставковоярмаркової діяльності у регіоні / О. Г. Вдовічена // Вісник Чернівецького торговельно економічного інституту. – 2012. – № 4. – С. 259–266.
5. Від традицій до інновацій: сучасні моделі книжкових виставок : методичні рекомендації / Хмельницька ОУНБ ім. М. Островського. – Хмельницький, 2013. – 24 с.
6. 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.

7. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Теоретичні та прикладні засади менеджменту [Навчальний посібник] / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. – Львів: Національний університет «Львівська політехніка», Інтеллект-Захід, 2002. – 228 с.
8. Кіндрацька Г.І. Основи стратегічного менеджменту [Навчальний посібник] / Г.І. Кіндрацька. – Львів, КІНПАТРИ ЛТД, 2003. – 264 с.
9. Кобилецькі З. Курс менеджменту [Посібник] / Зігмунт Кобилецькі. Перекл. з пол. – Львів: Афіша, 2004. – 192 с.
10. Кравченко В.О. Основи менеджменту [Навчальний посібник] / В.О. Кравченко. – Одеса: ОНЕУ, 2012. – 212 с.
14. Туленков М. В., Чувардинський О. Г., Шайгородський Ю. Ж. Сучасний менеджмент (теорії, концепції, моделі): посіб. — К.: Український центр політичного менеджменту. — 376 с.
11. Северин В. Д. Виставкова справа в Україні / В. Д. Северин // Вісник ХДАДМ. Мистецтво. Архитектура. – 2012. – №5. – С. 17–20.
12. Сюрко Л. Є. Оцінка ефективності виставкової діяльності / Л. Є. Сюрко // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2011. – Вип. 2 (42). – С. 343–347.
13. Смирнов І.Г. Логістика виставкової діяльності: світовий та український досвід . Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2014. № 4. С. 62-71. URL:[http://zt.knteu.kiev.ua/files/2014/4\(75\)/uazt_2014_4_8.pdf](http://zt.knteu.kiev.ua/files/2014/4(75)/uazt_2014_4_8.pdf)
14. Ткаченко Т.І., Дупляк Т.П. Виставковий бізнес: монографія. Київ : Київ. нац.торг.- екон. ун-т, 2016. 244 с. URL:<https://knute.edu.ua/file/MTc=/d2116e05dbe265f4faab2d503db8ba1e.pdf>
15. Туровська Л. Електронна виставка як комунікаційна модель діяльності наукової бібліотеки / Л. Туровська, І. Смоляр // Вісник Книжкової палати. – 2015. – № 3. –С. 29–31.
16. The Global Association of the Exhibition Industry: Веб сайт. URL: <http://www.ufi.org/>.
17. Kijowski A.T. Organizacja życia kulturalnego w społeczeństwie obywatelskim na tle gospodarki rynkowej. Czasy kultury 1789-1989 Wyd. Neriton, Warszawa 2015. ISBN 978-83-7543-394-4.

ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ

1. Національна бібліотека України імені В.І.Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua>
2. Львівська національна наукова бібліотека України імені В.Стефаника. URL: <http://www.lsl.lviv.ua>
3. Наукова бібліотека ЛНУ імені Івана Франка. URL: <https://lnulibrary.lviv.ua>
4. www.prezident.gov.ua – сайт Президента України
5. www.rada.gov.ua – сайт Верховної Ради України
6. www.kmu.gov.ua – сайт Кабінету Міністрів України
7. www.me.gov.ua – сайт Міністерства економіки України
8. www.ukrstat.gov.ua – сайт Держкомстату України
9. www.bank.gov.ua – сайт Національного банку України
10. www.nbuv.gov.ua – сайт Національної бібліотеки України ім. Вернадського
11. <http://expo.org.ua> - Виставкова федерація України

	<p>12. http://www.exproplaza.kiev.ua - Виставковий центр «КиївЕкспоПлаза»</p> <p>13. Концепція розвитку виставково-ярмаркової діяльності: постанова КМУ від 22 серпня 2007 р. № 1065. База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/533-2019-%D0%BF/sp:java-:max25</p> <p>14. Міжнародний стандарт ISO 25639-1:2008 Exhibitions, shows, fairs and conventions / Виставки, ярмарки, конгреси [Електронний ресурс] – режим доступу: https://www.iso.org/standard/43909.html</p> <p>15. Постанова Кабінету Міністрів України «Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні» №1065 від 22.08.2007 [Електронний ресурс] – режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1065-2007-%D0%BF</p> <p>16. Наказ Міністерства економіки України «Про затвердження Рекомендацій з питань проведення виставок і ярмарків в Україні та організації національних експозицій України на міжнародних виставках і ярмарках за кордоном з частковим фінансуванням витрат за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів, які спрямовуються на виставково-ярмаркову діяльність» №546 від 04.06.2009 р. [Електронний ресурс] – режим доступу: http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=ukUA&tag=ZabezpechenniaUchastiVitchiznianikhSubiektivGospo_iaduvannia_UMizhnarodnikhVistavkovo_iarmarkovikhZakhodakh</p>
<p>Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)</p>	<p>Підсумкова оцінка за семестр є сумою оцінок, отриманих здобувачем вищої освіти за поточне оцінювання на практичних заняттях, оцінки за модульний контроль, СРС та ІНДР. Максимальна оцінка становить 100 балів.</p> <p>Політика виставлення балів. Враховуються бали набрані на практичних заняттях (поточне тестування, опитування, виступи тощо), модульному контролі, захисті ІНДР та перевірки СРС. При цьому обов'язково враховуються присутність (онлайн) на заняттях та активність здобувача вищої освіти під час аудиторних занять; недопустимість пропусків; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття в цілях не пов'язаних з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін. Модульний контроль проходить у формі тестування у додатку Microsoft Forms або системі Moodle.</p> <p>Згідно Положення щодо визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, студентам, які пройшли навчання на освітніх платформах Prometheus, Coursera, або у Осінній школі, яка проводиться на факультеті культури і мистецтв з ініціативи кафедри соціокультурного менеджменту у рамках проєкту «Креативні індустрії: європейський досвід (Eucreat)», що реалізується за підтримки Європейського союзу в рамках модуля Жана Моне програми «Еразмус+», та представили сертифікати, перезараховуються бали під час підсумкового модулю відповідних дисциплін.</p>

Види робіт. Критерії оцінювання знань студентів	Бали рейтингу	Максимальна кількість балів
1. Бали поточної успішності за участь у практичних заняттях		
Критерії оцінювання		5 балів
студент в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання.	5	
студент достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань.	4	
студент в цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань.	3	
студент не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань.	2	
студент частково володіє навчальним матеріалом, не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив окремі тестові завдання.	1	
студент не готовий до заняття.	0	
2. Самостійна робота студентів (СРС)		
Критерії оцінювання		
Самостійна робота (тестування за результатами виконаних самостійних робіт)		
Самостійна робота студентів, яка передбачена в темі поряд з аудиторною роботою, оцінюється під час поточного контролю теми на відповідному практичному занятті. Засвоєння тем, які виносяться лише на самостійну роботу контролюється при підсумковому семестровому контролі (виконанні модульного контролю).	20	
3. Індивідуальна робота студентів (ІНДР)		
Критерії оцінювання		10 балів
▪ робота виконана та захищена згідно з графіком, з поясненнями та висновками і в повному обсязі	8-10	
▪ робота захищена, але виконана частково, з порушенням термінів або вимог	4-7	
▪ робота не захищена та виконана частково, з порушенням термінів або вимог	1-3	
▪ робота не виконана або не захищена	0	

4. Модульний контроль	
Критерії оцінювання	35 балів
<p>1. Перший рівень (10 завдань) – завдання із вибором відповіді – тестові завдання. Завдання із вибором відповіді вважається виконаним правильно, якщо в картці тестування записана правильна відповідь. За кожне правильно виконане завдання виставляється 0,5 бала. (максимально $10 \times 0,5 = 5$ балів).</p> <p>2. Другий рівень (6 завдань) – завдання з короткою відповіддю. Завдання з короткою відповіддю вважається виконаним правильно, якщо студент дав вірні визначення, посилання, тлумачення, короткі коментарі. За кожне правильно виконане завдання студенту виставляється 3 бали. (максимально $6 \times 3 = 18$ балів).</p> <p>3. Третій рівень (2 завдання) – завдання з розгорнутою відповіддю (повне обґрунтування відповіді). В цих завданнях потрібно дати визначення, навести класифікацію, зробити послідовні, логічні пояснення, необхідні посилання, вказати факти, з яких випливає те чи інше твердження. Оцінювання завдань третього рівня 6 балів (максимально $2 \times 6 = 12$ балів).</p>	35 балів

Поточний та модульний контроль			
Практичні заняття (35 балів)	Індивідуальна робота студента (ІНДР) (10 балів)	Самостійна робота або навчання у неформальній освіті (20 балів)	Модульний контроль (35 балів)
<i>100 балів</i>			

Шкала оцінювання успішності здобувачів вищої освіти за результатами підсумкового контролю

Оцінка ЄКТС	Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою		
		Екзамен, диференційований залік		Залік
A	90-100	5	відмінно	зараховано
B	81-89	4	дуже добре	
C	71-80		добре	
D	61-70	3	задовільно	
E	51-60		достатньо	
FX	21-50	2	незадовільно	не зараховано
F	0-20	2	незадовільно (без права перездачі)	не зараховано (без права перездачі)

Питання до екзамену	Тести і практичне завдання.
Дотримання умов добросесності	<p>Академічна добросесність: Очікується, що роботи здобувачів вищої освіти в частині НДР будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших здобувачів вищої освіти становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недобросесності. Виявлення ознак академічної недобросесності в письмовій роботі здобувача вищої освіти є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману.</p> <p>Жодні форми порушення академічної добросесності не толеруються.</p> <p>Принципи добросесності в Університеті та відповідність показникам забезпечення якості вищої освіти регламентовано НАЗЯВО та положеннями Центру забезпечення якості освіти Львівського національного університету імені Івана Франка. Сайт НАЗЯВО: https://naqa.gov.ua/ Центру забезпечення якості освіти ЛНУ: http://education-quality.lnu.edu.ua/accreditation/university-documents/</p> <p>Онлайн курс «Академічна добросесність» викладений за посиланням: https://vumonline.ua/course/academic-integrity-at-the-university/.</p>
Навчання іноземною мовою	У процесі викладання навчальної дисципліни використовуються матеріали та джерела англійською, польською мовою. Частково навчальний матеріал вивчається англійською, польською мовою (фрагментарно). Враховуючи студентоцентризований підхід, за бажанням здобувачів вищої освіти, допускається вивчення матеріалу за допомогою англійськомовних онлайн-курсів за тематикою, яка відповідає тематиці конкретних занять.
Позааудиторні заняття	Передбачається в межах вивчення навчальної дисципліни участь в конференціях, форумах, круглих столах, екскурсії у виробничі майстерні студентів тощо (за активну участь отримують додаткові бали). У рамках неформальної освіти здобувачі можуть самостійно проходити курси на онлайн платформах за темами навчальної дисципліни, що буде враховуватися при оцінюванні аудиторної та самостійної роботи здобувача.
Опитування	Анкету-оцінку з метою оцінювання якості викладання курсу буде надано по завершенню навчальної дисципліни.

Схема курсу «Інституційна підтримка соціокультурних кластерів»

Тиж. / год.-	Тема, план, короткі тези	Форма діяльності (заняття)* *лекція, самостійна, дискусія, групова робота	Література. Ресурси в Інтернеті	Завдання, год	Термін виконання
1/2 год.	<p>Тема 1. Теоретико методологічні основи виставково-ярмаркового бізнесу</p> <p>1.Інститут торгових ярмарків і виставок: основні поняття та визначення.</p> <p>2.Виставки в системі маркетингових комунікацій: функції та змістові аспекти.</p>	лекція	Осн.література 1,2,5. Інтер.джерела 1-10	<p><u>Завдання для самостійної роботи:</u></p> <p>1. Ознайомитися з силабусом курсу.</p> <p>2. Опрацювати методичні рекомендації до практичних занять і самостійної роботи з курсу «Інституційна підтримка соціокультурних кластерів» (4 год.).</p> <p><u>Орієнтовні теми есе:</u></p> <p>1. Сутність та значення виставковоярмаркового бізнесу у процесі промоції. 2.Організація виставково-ярмаркового процесу у просторі та часі, як це відбувається на прикладах відомих компаній.</p> <p>3.Технічна підготовка експонатів для показу на виставках.</p> <p>4.Технологічна підготовка основного виставкового процесу.</p> <p>5.Характеристика основних функцій виставкової діяльності. 6.Складові елементи МІСЕ-індустрії.</p> <p>7.Еволюція розвитку виставкової діяльності. 8.Значення ярмарків.</p> <p>9.Спеціалізація виставкової діяльності. (4 бали)</p>	1-й тиж ден ь сем ест ру
2/2 год.	<p>Тема 2 Роль реальних та віртуальних виставок у комерційній діяльності підприємства.</p> <p>1. Особливості міжнародної та вітчизняної класифікація виставкових заходів.</p> <p>2. Суб'єкти виставкової діяльності.</p>	лекція	Осн.літ. 1-4, дод.літ. 1-5, 9-15	<p><u>Завдання для самостійної роботи:</u></p> <p>3. Підготувати реферат з норм дотримання академічної доброчесності.</p> <p>4. Опрацювати систему оцінювання у ЛНУ ім. І.Франка, виписати незрозумілі питання. (5 балів)</p>	

2/2 год.	<p>Тема 1,2. Теоретико методологічні основи виставково-ярмаркового бізнесу</p> <p>1.1. Інститут торгових ярмарків і виставок: основні поняття та визначення.</p> <p>1.2. Виставки в системі маркетингових комунікацій: функції та змістові аспекти.</p> <p>1.3 Роль реальних та віртуальних виставок у комерційній діяльності підприємства.</p> <p>1.4 Особливості міжнародної та вітчизняної класифікація виставкових заходів.</p> <p>1.5 Суб'єкти виставкової діяльності.</p>	практ. заняття	Осн. Література: 1, 2,3, 4, 21, 22, 23. Дод.літ. 1-4,8,15,16		3-й тиждень семестру
2/4 год.	<p>Тема 3. Розвиток та становлення виставково-ярмаркового бізнесу у світі.</p> <p>1. Історія розвитку та етапи становлення виставкової діяльності.</p> <p>2. Роль торгово-промислової палати у функціонуванні виставкового бізнесу на регіональному та загальнодержавному рівнях.</p> <p>3. Проблемні аспекти та тенденції розвитку виставкового бізнесу</p> <p>4. Фактори, які обумовлюють потребу у виставках в регіонах.</p> <p>5. Державне регулювання та нормативно-правове забезпечення у виставковому середовищі.</p>	лекція	Інтернет-джерела: 3-8, 16,17 Осн.літ. 1-5, дод.літ. 2-9, 12-15	Вид теоретичного завдання усне опитування і обговорення проблемних питань , тестування: Історія розвитку та етапи становлення виставкової діяльності. Роль торгово-промислової палати у функціонуванні виставкового бізнесу на регіональному та загальнодержавному рівнях. Проблемні аспекти та тенденції розвитку виставкового бізнесу в Україні. Фактори, які обумовлюють потребу у виставках в регіонах. Державне регулювання та нормативно-правове забезпечення у виставковому середовищі. (5 балів)	4-5 тиж день семестру

3/4 год.	<p>Тема 3. Розвиток та становлення виставково-ярмаркового бізнесу у світі</p> <p>1. Історія розвитку та етапи становлення виставкової діяльності.</p> <p>2. Роль торгово-промислової палати у функціонуванні виставкового бізнесу на регіональному та загальнодержавному рівнях.</p> <p>3. Проблемні аспекти та тенденції розвитку виставкового бізнесу.</p> <p>4. Фактори, які обумовлюють потребу у виставках в регіонах.</p> <p>5. Державне регулювання та нормативно-правове забезпечення у виставковому середовищі.</p>	практ. заняття	Осн. література: 4, 5, 6; Дод. література 1-6, 12, 13, 15, 16	<p><u>Питання для самоконтролю:</u></p> <p>1. Чому виставкова діяльність змінила свої форми за умов радянської планової економіки?</p> <p>2. Визначити етапи становлення та розвитку виставкової діяльності.</p> <p>3. Визначити причини, що гальмують розвиток виставкового бізнесу.</p> <p>4. Які державні нормативно – правові акти регулюють виставковий бізнес в країні, регіоні та на міжнародному ринку?</p> <p>5. Які, на вашу думку, основні завдання політики держави у сфері виставкової діяльності?</p> <p>6. Визначити перспективи розвитку виставкової діяльності у Вашому регіоні?</p> <p>7. Чому в світі система державної підтримки виставкової діяльності є одним із пріоритетів державної політики?</p>	6-7-й тижень семестру
4/4 год.	<p>Тема 4. Діагностика розвитку виставкового бізнесу в Україні</p> <p>1. Тенденції розвитку виставкового бізнесу.</p> <p>2. Правове регулювання виставкового бізнесу.</p> <p>3. Оцінка механізмів управління суб'єктами виставкового бізнесу.</p>	лекція	Інтернет-джерела: 3-9. Осн. літ. 1-6, 10, 11, дод. літ. 2, 3-10, 14, 15, 16	<p>Завдання 1.</p> <p>Розглянути ПОСТАНОВУ від 22 серпня 2007 р. № 1065 «Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні» виписати основні терміни та розділи.</p> <p><u>Питання на практичне</u></p> <p>1. Визначити основні етапи регулювання виставкової діяльності на загальнодержавному та регіональному рівнях.</p> <p>2. Чому Радянська економіка не потребувала такого економічного інструменту, як виставки?</p> <p>3. Охарактеризуйте форми державної підтримки виставкової діяльності в Україні.</p>	6-7 тиж день семестру

6/2 год.	<p>Тема 4. Діагностика розвитку виставкового бізнесу в Україні</p> <p>1. Визначить основні етапи регулювання виставкової діяльності на загальнодержавному та регіональному рівнях.</p> <p>2. Чому Радянська економіка не потребувала такого економічного інструменту, як виставки?</p> <p>3. Охарактеризуйте форми державної підтримки виставкової діяльності в Україні.</p>	практ. заняття	Осн. література: 3, 4, Дод. літ. 1-14	<p>Завдання 1</p> <p>1. Ознайомитись з операторами виставкової діяльності в Україні.</p> <p>2. Обрати 3-и на Ваш погляд найцікавіших операторів ринку виставкової діяльності та надати їх характеристику за такими критеріями:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Локація; - Партнери; - Клієнти; - Найцікавіші виставки даного оператора на Ваш погляд; - Інформативність сайту оператора виставкової діяльності; - Умови участі фірм та підприємств у виставках даного оператора. <p>3. Надайте порівняльну характеристику обраних операторів ринку виставкової діяльності за прикладом наступної таблиці. (4 бали)</p>	8-й тиждень семестру
7/4 год.	<p>Тема 5. Планування і організація участі підприємств у виставкових заходах</p> <p>1. Загальні вимоги до проведення виставок.</p> <p>2. Характеристика сучасних виставкових центрів</p> <p>3. Прийняття рішення щодо участі підприємства у виставці: цілі участі, критерії вибору виставки та способи участі експонентів</p> <p>4. Організація участі підприємства у роботі виставки: основні етапи та особливості планування.</p>	лекція	Дод. літерат. 1-8, осн. Літ. 1-4.	<p>Вид теоретичного завдання підготовка презентацій за вивченими теоретичними матеріалами, тестування:</p> <p>Орієнтований план презентацій:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Структурна модель організаційно-економічного механізму управління підприємством виставкової діяльності 2. Управління процесом формування та реалізації виставкового продукту. 3. Етапи процесу формування та реалізації виставкового продукту 4. Трирівнева модель виставки як товару. 5. Управління фінансово-економічними показниками діяльності виставкових підприємств. 6. Характеристика поточних витрат підприємств – організаторів виставок. 7. Ціноутворення в підприємствах виставкової діяльності. 8. Управління ризиками підприємств виставкової діяльності. 9. Використання інформаційних та маркетингових технологій підприємствами виставкової діяльності. 	9-10

8/2 год.	<p>Тема 5. Планування і організація участі підприємств у виставкових заходах</p> <p>1. Загальні вимоги до проведення виставок. Характеристика сучасних виставкових центрів.</p> <p>2. Прийняття рішення щодо участі підприємства у виставці: цілі участі, критерії вибору виставки та способи участі експонентів.</p> <p>3. Організація участі підприємства у роботі виставки: основні етапи та особливості планування.</p>	практ. заняття	Дод.Література : 5, 7, 8, 10, 11 Осн.література 1-4	<p>Завдання 1.</p> <p>Підготувати аналітичну доповідь та презентацію для висвітлення сутності одного з питань (на вибір), що наведені нижче:</p> <p>1. Структурна модель організаційно-економічного механізму управління підприємством виставкової діяльності</p> <p>2. Управління процесом формування та реалізації виставкового продукту.</p> <p>3. Етапи процесу формування та реалізації виставкового продукту</p> <p>4. Трирівнева модель виставки як товару.</p> <p>5. Управління фінансово-економічними показниками діяльності виставкових підприємств.</p> <p>6. Характеристика поточних витрат підприємств – організаторів виставок.</p> <p>7. Ціноутворення в підприємствах виставкової діяльності.</p> <p>8. Управління ризиками підприємств виставкової діяльності.</p> <p>9. Використання інформаційних та маркетингових технологій підприємствами виставкової діяльності.(10 балів)</p>	10-й тиждень семестру
----------	--	----------------	--	--	-----------------------

9/4 год.	<p>Тема 6. Комерційна робота на виставковому стенді</p> <p>1. Функції виставкового стенда фірми-експонента</p> <p>2. Особливості підбору та навчання персоналу для роботи на виставковому стенді.</p> <p>3. Напрямки організації ефективної роботи на виставковому стенді.</p> <p>4. Організаційна робота після завершення виставки</p>	лекція	<p>Інтернет-джерела: 1-8, Осн.літ. 2-6, Дод.літ. 1-10</p>	<p><u>Завдання для самостійної роботи:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Обрати дві виставки на будь яку тематику, які Вам цікаві. Це можуть бути Всеукраїнські виставки та/або міжнародні. 2. Зробити прес-реліз виставки – описати її тематику, представництво, партнерів, місце проведення та ін. 3. Зробити аналіз виставки відповідно до класифікація виставкових заходів. 4. Зробити аналіз виставки відповідно до учасників виставкових заходів. 5. Написати висновки. 6. Зробити список інформаційних джерел.(10 балів) 	11-12
10/2 год.	<p>Тема 6. Комерційна робота на виставковому стенді</p> <p>1. Функції виставкового стенда фірми-експонента.</p> <p>2. Особливості підбору та навчання персоналу для роботи на виставковому стенді.</p> <p>3. Напрями організації ефективної роботи на виставковому стенді</p> <p>4. Організаційна робота після завершення виставки.</p>	практ. заняття	<p>Інтернет-джерела: 1-6, осн.література 2-11. Дод.літ. 2-7, 9, 17</p>	<p><u>Завдання для самостійної роботи:</u></p> <p>Підготувати аналітичну доповідь та презентацію для висвітлення сутності одного з питань (на вибір), що наведені нижче:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Стенди для виставки та їх дизайнерські рішення. 2. Вимоги до оформлення стендів для виставки. 3. Різновиди стендів для виставок. 4. Участь зарубіжних країн у виставкових заходах, проведених на території України. 5. Основні чинники впливу на розвиток виставкового бізнесу в Україні. <p>Недоліки надмірного державного регулювання у виставковий бізнес державна допомога місцевим підприємствам.</p>	12

10/4 год.	<p>Тема 7. Маркетингові комунікації в контексті виставкової діяльності</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття та значення маркетингових комунікацій виставки 2. Організація роботи експонента з засобами масової інформації. 3 Мотивування відвідувачів виставки. 4. Заходи ділової програми у рамках виставки 	лекція	Осн.Література 1,3, 7. Дод.література 1-9, 14, 15	<p>Питання для самоконтролю та самостійної роботи:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Визначить цілі та завдання проведення маркетингових досліджень на виставці. Дайте характеристику основним елементам системи маркетингових комунікацій 2. Розкрийте значення та вплив реклами на ефективну роботу експонента. 3. Які засоби розповсюдження реклами Ви можете назвати? 4. Порівняйте, які переваги та недоліки має реклама в мережі Інтернет, порівняно зі звичайною друкованою рекламою. 5. Які вигоди від організатора отримує для себе спонсор виставки? 7. Як можна класифікувати ЗМІ на виставках? Які форми роботи експонента з представниками ЗМІ, на Ваш погляд, найефективніші? 8. Дайте характеристику основним методам мотивації відвідувачів виставкового стенда. 9. Розкрийте особливості підготовки, організації та проведення заходів ділової програми на виставках. 10. Які види заходів ділової програми, на Ваш погляд, супроводжують більшість експозицій та виставок? 	13-14-й тиждень семестру
12/2 год.	<p>Тема 7. Маркетингові комунікації в контексті виставкової діяльності</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Особливості формування зв'язків з громадськістю у виставковому середовищі. 2. Організація роботи експонента з засобами масової інформації. 3 Характеристика основних методів мотивації відвідувачів виставкового стенда. 4. Заходи ділової програми у рамках виставки 	практ. заняття	Дод.Література : 1, 3, 6, 7,9, 11,13, 14	Вид теоретичного завдання: контрольне тестування за пройденим матеріалом	14-й тиждень семестру

11/4 год.	Тема 8. Напрями інноваційного виставкового бізнесу 1. Інтернет-технології у виставковому бізнесі. 2. Інвестиційна привабливість проектів у виставковому бізнесі	лекція	Дод. література 1-8, 11, 12, 14		14-й тиждень семестру
13/4 год.	Тема 8. Напрями інноваційного виставкового бізнесу 1. Інтернет-технології у виставковому бізнесі. 2. Інвестиційна привабливість проектів у виставковому бізнесі	практ. заняття	Дод. література 1-8, 11, 12, 14	Питання для самоконтролю та самостійної роботи: 1. Які основні технологічні інновації використовуються в сучасному виставковому бізнесі для підвищення ефективності організації та участі виставок? 2. Які стратегічні напрями інноваційного розвитку можуть допомогти виставковому бізнесу адаптуватися до змін в суспільстві та технологічному прогресі? 3. Які нові тренди в області виставкового дизайну та концепцій можуть забезпечити залучення більшої уваги відвідувачів та покращити їхнє враження від події? 4. Які можливості надають інноваційні підходи до маркетингу та просування виставкових заходів для привернення нових аудиторій та збільшення учасників? 5. Як використання віртуальної та розширеної реальності може змінити спосіб, яким ми сприймаємо та беремо участь у виставкових заходах? Які переваги це може мати для організаторів та учасників подій?	15-16
15/4 год.*	Тема 9. Оцінка ефективності виставкової діяльності 1. Показники оцінки ефективності участі підприємства на виставках. 2. Сучасний стан та основні напрями вдосконалення виставково.	лекція	Дод. Література : 3, 5, 7, 11, 12, 15; осн. літ. 1-4	<u>Питання на практичне заняття з теми 11:</u> 1. Правові проблеми формування та функціонування соціокультурних кластерів в Україні. 2. Напрями удосконалення інституційно-правового забезпечення соціокультурних кластерів в Україні. <u>Питання на практичне заняття з теми 12:</u> 1. Поняття креативного розвитку. 2. Креативна економіка та креативні індустрії. 3 Інституціалізація креативного розвитку країни та регіонів.	16-й тиждень семестру

16/2 год*.	<p>Тема 9. Методика інтегральної оцінки ефективності діяльності виставкових підприємств</p> <p>1. Розвиток парадигм визначення вартості та ефективності діяльності підприємства.</p> <p>2. Показники інтенсивності участі у виставковому заході</p> <p>3. Показники оцінки споживчої лояльності учасників виставкових заходів</p> <p>4. Показники ефективності використання виставкової площі виставкових центрів</p>	<p>практ. заняття</p>	<p>Осн. Література 1-4.</p>	<p><u>Завдання для самостійної роботи:</u></p> <p>1. Поясніть, чому проведення оцінки стану виставкової діяльності в Україні все ще залишається проблемним питанням?</p> <p>2. Які якісні тенденції розвитку виставкового ринку в Україні Ви можете виділити?</p> <p>3. Визначить найперспективніші регіони для розвитку виставкової діяльності. Відповідь обґрунтуйте.</p> <p>4. Запропонуйте шляхи підвищення економічної та соціальної ефективності виставкової діяльності в Україні.</p>	<p>Залік</p>
------------	--	-----------------------	-----------------------------	--	--------------

* Згідно розкладу відпрацювань