

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Волинський національний університет імені Лесі Українки**  
**Факультет географічний**  
**Кафедра готельно-ресторанної справи, туризму і рекреації**

**СИЛАБУС**

**вибіркового освітнього компонента**  
**ОРГАНІЗАЦІЯ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**  
**підготовки здобувачів освіти першого (бакалаврського) рівня**

**Силабус освітнього компонента «ОРГАНІЗАЦІЯ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»  
підготовки бакалавра**

**Розробник:** Лисюк Тетяна Василівна, кандидат педагогічних наук, доцент

**Погоджено**

Гарант освітньо-професійної програми:



Ільїн Л. В.

**Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри готельно-ресторанної  
справи, туризму і рекреації**

протокол № 1 від 26 серпня 2025 р.

Завідувач кафедри:



Ільїн Л. В.

## I. Опис освітнього компонента

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній рівень	Характеристика освітнього компонента
<b>Денна форма здобуття освіти</b>	Галузь знань: J Транспорт та послуги Спеціальність: J3 Туризм та рекреація Освітня програма: Туризм, перший (бакалаврський) рівень вищої освіти	Вибірковий
150 год. 5 кредитів		Рік навчання – 2
ІНДЗ: є		Семестр – 3
		Лекції – 10 год.
		Практичні – 20 год.
		Самостійна робота – 110 год.
		Консультації – 10 год.
Мова навчання	українська	
	Форма контролю: залік	

## II. Інформація про викладача

Викладач	Лисюк Тетяна Василівна
Науковий ступінь	кандидат педагогічних наук
Вчене звання	доцент
Посада	доцент кафедри готельно-ресторанної справи, туризму і рекреації
Телефон	+38 0679592264
e-mail	tetiana.0602@gmail.com
Дні занять	<a href="http://94.130.69.82/cgi-bin/timetable.cgi">http://94.130.69.82/cgi-bin/timetable.cgi</a>

## III. Опис освітнього компонента

### 1. Анотація освітнього компонента

Силабус вибіркового освітнього компонента «Організація виставкової діяльності» складено з урахуванням можливості формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів вищої освіти бакалаврського рівня та спрямований на задоволення їх професійних інтересів у сфері туризму, подієвого та виставкового менеджменту.

Вибірковий освітній компонент «Організація виставкової діяльності» орієнтований на формування у здобувачів вищої освіти системних знань і практичних навичок щодо планування, організації, реалізації та оцінювання виставково-ярмаркових заходів у контексті діяльності туристичних підприємств.

Освітній компонент розкриває теоретико-методологічні засади виставкової діяльності, її місце і роль у системі маркетингових комунікацій, подієвого менеджменту та розвитку туристичного бізнесу. Значна увага приділяється сучасним тенденціям функціонування виставкової індустрії, використанню інноваційних і цифрових технологій, організації ділових і презентаційних заходів, післявиставковому маркетингу та оцінюванню ефективності участі підприємств у виставках.

Окремий акцент зроблено на інтеграції принципів сталого розвитку у виставкову діяльність, зокрема на екологічних, соціальних та економічних аспектах організації виставок і ярмарків, формуванні відповідального ставлення до використання ресурсів, розвитку партнерських взаємин та підвищенні конкурентоспроможності підприємств туристичної галузі.

### 2. Мета і завдання освітнього компонента

**Метою освітнього компонента** є формування у здобувачів вищої освіти цілісного уявлення про функціонування виставкової індустрії в Україні та світі, визначення місця виставкової діяльності у системі маркетингових комунікацій і туристичного бізнесу, а також набуття практичних навичок управління виставковою діяльністю підприємств.

**Основними завданнями** вивчення освітнього компонента «Організація виставкової діяльності» є теоретична і практична підготовка здобувачів освіти з питань:

- сутності та ролі виставок у сучасному бізнесі;
- характеристики суб'єктів виставкової діяльності;
- етапів становлення та розвитку виставкового бізнесу в Україні;
- прийняття рішення щодо участі підприємств у виставкових заходах;
- організаційного процесу підготовки підприємств у роботі виставки;
- побудови виставкового стенду 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.

### 3. Soft Skills

У процесі вивчення освітнього компонента у здобувачів освіти формуються такі м'які навички (Soft Skills):

- комунікативна компетентність і навички ділового спілкування;
- командна робота та лідерство;
- критичне та системне мислення;
- креативність і проєктне мислення;
- навички публічних виступів і презентацій;
- тайм-менеджмент і організаційні здібності;
- клієнтоорієнтованість та емоційний інтелект;
- здатність ухвалювати управлінські рішення з урахуванням принципів сталого розвитку.

### 4. Структура освітнього компонента

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	Усього	У тому числі				
		Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	Консультації	Форма контролю/Бали
<b>Змістовий модуль I</b>						
<b>ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</b>						
<b>Тема 1.</b> Предмет, значення і завдання ОК. Основні визначення та поняття	8	2		6		ДС, Р, Т / 2
<b>Тема 2.</b> Генезис і етапи розвитку виставково-ярмаркової діяльності в Україні та світі	9		2	6	1	ДС, ІРС, Т / 4
<b>Тема 3.</b> Сучасні тенденції розвитку виставкової діяльності у глобальному та національному вимірах	8	2		6		ДС, Р, ТР / 4
<b>Тема 4.</b> Сутність, функції та класифікація виставок і ярмарків	9		2	6	1	ДС, ІРС, Т / 2
<b>Тема 5.</b> Виставкова діяльність у системі маркетингових комунікацій і просування послуг	8		2	6		ДС, РМГ РЗ/К, Т / 4
<b>Тема 6.</b> Міжнародний досвід організації та проведення виставково-ярмаркових заходів	9		2	6	1	ДС, ІРС, ТР / 2
Контрольна робота 1						14

Разом за модулем 1	51	4	8	36	3	32
<b>Змістовий модуль II</b>						
<b>ОРГАНІЗАЦІЯ ТА УПРАВЛІННЯ ВИСТАВКОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА</b>						
<b>Тема 1.</b> Аналіз виставкового ринку та стратегічний вибір виставкових заходів підприємством	11	2		8	1	ДС, ІРС, РЗ/К, РМГ / 4
<b>Тема 2.</b> Проектування та організація виставкової експозиції	8		2	6		К / 2
<b>Тема 3.</b> Маркетингові інструменти залучення відвідувачів та рекламна підтримка участі у виставці	9		2	6	1	ДС, РЗ/К, Т / 2
<b>Тема 4.</b> Управління виставковими комунікаціями: стендовий персонал і взаємодія з відвідувачами	9		2	6	1	ДС, ІРС, РМГ / 2
<b>Тема 5.</b> Організація ділових, презентаційних та подієвих заходів у межах виставок	8	2		6		ДС, РМГ, ТР / 4
<b>Тема 6.</b> Організація сервісного та гастрономічного обслуговування на виставках і ярмарках	6			6		ДС, ІРС, Т / 2
Контрольна робота 2						14
Разом за модулем 2	51	4	6	38	3	30
<b>Змістовий модуль III</b>						
<b>ЕФЕКТИВНІСТЬ, ІННОВАЦІЇ ТА СТАЛИЙ РОЗВИТОК У ВИСТАВКОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ</b>						
<b>Тема 1.</b> Післявиставкова діяльність експонента та робота з результатами участі	8		2	6		ДС, ІРС, РМГ / 2
<b>Тема 2.</b> Післявиставковий маркетинг і формування довгострокових партнерських відносин	9		2	6	1	ДС, РЗ/К, Т / 4
<b>Тема 3.</b> Методи оцінювання ефективності виставково-ярмаркової діяльності підприємства	11	2	2	6	1	ДС, РЗ/К, Т / 2
<b>Тема 4.</b> Сталий розвиток виставкової діяльності: екологічні, соціальні та економічні аспекти	7			6	1	ДС, Р, РЗ/К, / 4
<b>Тема 5.</b> Інноваційні та цифрові технології у виставковому бізнесі	7			6	1	ДС, РЗ/К, ІРС, РМГ / 2
<b>Тема 6.</b> Стратегічне планування та розвиток виставково-ярмаркової діяльності підприємства	6			6		ДС, ІРС, РМГ / 2
Контрольна робота 3						14
Разом за модулем 3	48	2	6	36	4	30

ІНДЗ						ІНДЗ /8
<b>Всього:</b>	150	10	20	110	1 0	100

\*Форма контролю: ДС – дискусія, ДБ – дебати, Т – тести, ТР – тренінг, РЗ/К – розв’язування задач / кейсів, ІНДЗ / ІРС – індивідуальне завдання / індивідуальна робота студента, РМГ – робота в малих групах, МКР / КР – модульна контрольна робота/ контрольна робота, Р – реферат, а також аналітична записка, аналітичне есе, аналіз твору тощо.

### 5. Завдання для самостійного опрацювання

Поряд з аудиторними заняттями освітній компонент «Організація виставкової діяльності» передбачає системну самостійну навчальну діяльність здобувачів вищої освіти, спрямовану на поглиблення теоретичних знань, формування практичних умінь і навичок, розвиток аналітичного мислення та професійної самостійності.

Самостійна робота здобувачів освіти є важливим інструментом реалізації *індивідуальної освітньої траєкторії*, оскільки забезпечує можливість вибору тематики, форм роботи та рівня складності завдань відповідно до професійних інтересів і майбутньої сфери діяльності.

Самостійна навчальна діяльність забезпечує:

- формування здатності до самостійного пошуку, критичного аналізу та узагальнення наукової й професійної інформації;
- розвиток навичок прийняття управлінських і організаційних рішень у сфері виставкової діяльності;
- інтеграцію теоретичних знань із практичними аспектами функціонування виставкового бізнесу;
- підготовку до професійної діяльності в умовах конкурентного середовища;
- розвиток відповідальності, самоорганізації та навичок безперервного професійного зростання.

Для формування цілісного уявлення про виставкову діяльність здобувачам освіти рекомендовано використовувати наукові та довідкові джерела (енциклопедії, галузеві довідники, стандарти), а також сучасні інформаційні ресурси: електронні каталоги бібліотек, наукометричні та повнотекстові бази даних, фахові періодичні видання, офіційні вебсайти вітчизняних і зарубіжних виставкових організацій.

У процесі самостійної роботи особлива увага приділяється формуванню власного термінологічного апарату, опрацюванню тем, визначених у силабусі, підготовці аналітичних матеріалів, узагальнень і висновків із дотриманням академічних вимог до оформлення результатів навчальної діяльності.

Важливою складовою самостійної роботи є участь здобувачів у науково-практичних заходах (конференціях, круглих столах, професійних зустрічах), а також відвідування виставок, ярмарків, презентацій і музейних заходів з подальшим аналітичним осмисленням отриманого досвіду.

Теми та завдання для самостійного опрацювання представлено у таблиці 1.

## Теми та завдання для самостійного опрацювання

№	Тема	Завдання для самостійної роботи	К-сть годин
1	Термінологічний апарат і концептуальні засади виставкової діяльності	Скласти термінологічний словник (не менше 20 термінів) та підготувати аналітичну схему взаємозв'язку основних понять виставкового бізнесу	10
2	Розвиток виставкового бізнесу в Україні та світі	Провести порівняльний аналіз тенденцій розвитку виставкової діяльності в Україні та одній із зарубіжних країн	10
3	Сучасний стан і проблеми розвитку виставкового бізнесу	Підготувати аналітичну довідку щодо актуальних проблем і перспектив розвитку виставкового бізнесу	10
4	Передвиставкова PR- та рекламна діяльність підприємства	Розробити план передвиставкової комунікаційної кампанії для підприємства сфери туризму	10
5	Виставкова стратегія підприємства та інвестиційна привабливість проєктів	Запропонувати модель виставкової стратегії підприємства з обґрунтуванням економічної доцільності	10
6	Організація роботи виставкового персоналу	Проаналізувати функції стендового персоналу та запропонувати систему мотивації	10
7	Методи залучення та управління потоками відвідувачів	Розробити перелік інструментів залучення відвідувачів на стенд із поясненням їх ефективності	10
8	Презентаційна діяльність експонента у межах виставки	Підготувати сценарій презентації підприємства в межах ділової програми виставки	10
9	Оцінювання результативності участі підприємства у виставці	Запропонувати систему показників оцінювання ефективності участі у виставковому заході	14
10	Інноваційні та цифрові технології у виставковій діяльності	Підготувати аналітичний огляд сучасних цифрових рішень у виставковому бізнесі з прикладами	16
	<b>Разом</b>		<b>110</b>

## ІНДИВІДУАЛЬНЕ НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНЕ ЗАВДАННЯ (ІНДЗ)

### ТЕМА: РОЗРОБКА ПРОЄКТУ УЧАСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА У ВИСТАВКОВО-ЯРМАРКОВОМУ ЗАХОДІ З УРАХУВАННЯМ ПРИНЦИПІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

(туристичне підприємство на вибір здобувача)

**Мета ІНДЗ:** закріплення теоретичних знань і формування практичних умінь щодо організації виставкової діяльності туристичних підприємств з урахуванням принципів сталого розвитку.

#### Етапи виконання ІНДЗ

1. Вибір теми ІНДЗ
2. (відповідно до індивідуальної освітньої траєкторії здобувача освіти).  
*Обґрунтування актуальності теми*  
(Визначення значення обраної теми для розвитку підприємства, регіону або галузі).
3. *Аналіз теоретичних джерел*  
(Опрацювання наукових публікацій, нормативно-правових актів, аналітичних матеріалів).
4. *Характеристика виставкового заходу або підприємства*  
(реального).
5. *Проектування участі підприємства у виставці*  
(мета, завдання, цільова аудиторія, формат участі).
6. *Обґрунтування елементів сталого розвитку*  
(екологічні, соціальні, економічні аспекти).
7. *Оцінка очікуваної ефективності участі у виставці*  
(якісні та кількісні показники).
8. *Формулювання висновків і практичних рекомендацій.*

**Критерії оцінювання ІНДЗ (максимальна кількість балів – 8).** Оцінювання ІНДЗ здійснюється за такими критеріями (табл. 2).

Таблиця 2

#### Критерії оцінювання ІНДЗ

№	Критерій оцінювання	Максимальна кількість балів
1	Обґрунтованість вибору теми та її актуальність	1
2	Повнота й логічність теоретичного аналізу	1
3	Практична спрямованість роботи	1
4	Якість аналізу виставкового заходу / підприємства	1
5	Обґрунтування управлінських і організаційних рішень	1
6	Врахування принципів сталого розвитку	1
7	Самостійність, аналітичність і критичне мислення	1
8	Оформлення, структура та аргументованість висновків	1
<b>Разом</b>		<b>8 балів</b>

#### IV. Політика оцінювання

*Політика викладача щодо здобувача освіти*

*Політика щодо відвідування занять.* Відвідування занять є одним із компонентів оцінювання, адже дає змогу отримати максимальний бал за усі види робіт.

Здобувач освіти, який пропустив практичне заняття, самостійно вивчає матеріал (при виникненні питань може звертатися за консультацією згідно розкладу консультацій викладача), виконує завдання і здає його викладачу. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням деканату.

*Політика щодо академічної доброчесності.* Вимоги до академічної доброчесності визначаються «Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату у науково-дослідній діяльності здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників ВНУ ім. Лесі Українки», що розміщується на сайті університету за посиланням: <https://surl.li/ujlriq>.

*Політика щодо дедлайнів та перекладання.*

Терміни підсумкового контролю (залік), ліквідації академічної заборгованості визначено розкладом заліково-екзаменаційної сесії.

Перекладання (дострокове складання) ОК відбувається з дозволу деканату за наявності поважних причин.

*Можливість визнання результатів навчання, отриманих у формальній, неформальній та інформальній освіті* здійснюється відповідно до «Положення про визнання результатів навчання, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті у Волинському національному університеті імені Лесі Українки» (<http://surl.li/sddxa>).

Сертифікати участі у майстер-класах (семінарах, курсах тощо) на онлайн платформах Prometheus (<https://prometheus.org.ua>) та ін., на тематику, яка відповідає темам ОК, є достатньою підставою для зарахування відповідних тем.

*Можливість отримати додаткові (бонусні) бали.* Здобувачам освіти можуть бути присуджено додаткові (бонусні) бали, які зараховуються як результати поточного контролю максимум 15 балів за такі види робіт: опубліковану наукову статтю у фахових виданнях України чи рецензованих закордонних журналах – 10 балів; публікацію тез – з виступом на конференції 5 балів, без виступу – 3 бали; підготовку та участь у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт – 7 балів; перемогу у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт – 15 балів; подачу проектних заявок на участь в студентських програмах обміну, стипендійних програмах, літніх та зимових школах тощо – 7 балів.

## V. Підсумковий контроль

Формою підсумкового контролю є залік.

Рейтинг здобувачів з навчальної роботи визначається відповідно до «Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки» (<https://surl.lu/zgrklr>).

Залік виставляється за результатами поточної роботи здобувачів освіти (шкала від 0 до 100 балів). Освітній компонент складається з трьох змістових модулів. Його вивчення передбачає виконання усіх видів запланованої навчальної роботи протягом семестру: аудиторної роботи під час лекційних, практичних (семінарських, індивідуальних), самостійної роботи, виконання ІНДЗ, контрольних робіт.

Залік викладач виставляє за результатами поточної роботи за умови, що здобувач освіти виконав ті види навчальної роботи, які визначено силабусом ОК.

У випадку, якщо здобувач освіти не відвідував окремі аудиторні заняття (з поважних причин), на консультаціях він має право відпрацювати пропущені заняття та добрати ту кількість балів, яку було визначено на пропущені теми.

У дату складання заліку викладач записує у відомість суму поточних балів, які здобувач освіти набрав під час поточної роботи (шкала від 0 до 100 балів).

У випадку, якщо здобувач освіти протягом поточної роботи набрав менше як 60 балів, він складає залік під час **ліквідації академічної заборгованості**. У цьому випадку бали, набрані під час поточного оцінювання анулюються. Максимальна кількість балів на залік під час ліквідації академічної заборгованості – 100 балів.

На залік виносяться типові та комплексні завдання, ситуації, що потребують творчої відповіді та уміння синтезувати отримані знання і застосовувати їх під час розв'язання ситуативних завдань.

На залік з освітнього компонента «Організація виставкової діяльності» виносяться комплексне завдання, яке складається з теоретичних питань та ситуативного завдання. Максимальна кількість балів – 100 балів.

## Орієнтований перелік питань до заліку

1. Виставкова діяльність як складова індустрії туризму та гостинності.
2. Мета та завдання виставкової діяльності.
3. Основні функції виставок і ярмарків.
4. Поняття виставково-ярмаркової діяльності.
5. Роль виставок у розвитку туристичних підприємств.
6. Значення виставкової діяльності для готельно-ресторанного бізнесу.
7. Історичні передумови виникнення виставок.
8. Основні етапи розвитку виставкової діяльності у світі.
9. Становлення виставкової діяльності в Україні.
10. Сучасні тенденції розвитку виставкового ринку.
11. Класифікація виставок за тематикою.
12. Класифікація виставок за масштабом проведення.
13. Класифікація ярмарків.
14. Міжнародні та національні виставки: особливості.
15. Виставки як інструмент маркетингових комунікацій.
16. Роль виставок у формуванні іміджу підприємства.
17. Виставки як канал збуту туристичних і готельно-ресторанних послуг.
18. Виставкова діяльність у системі PR.
19. Зарубіжний досвід організації виставок.
20. Провідні світові виставкові центри.
21. Аналіз виставкового ринку підприємством.
22. Критерії вибору виставки для участі.
23. Цілі участі підприємства у виставці.
24. Планування участі у виставковому заході.
25. Бюджетування виставкової діяльності.
26. Проектування виставкової експозиції.
27. Вимоги до оформлення виставкового стенда.
28. Візуальні комунікації у виставковій діяльності.
29. Інструменти залучення відвідувачів на стенд.
30. Рекламна підтримка участі у виставці.
31. Роль цифрових технологій у виставковій діяльності.
32. Інтернет-маркетинг у виставковому бізнесі.
33. Соціальні мережі як інструмент просування виставки.
34. Стендовий персонал: функції та вимоги.
35. Підготовка персоналу до участі у виставці.
36. Комунікація з відвідувачами виставки.
37. Ділові переговори на виставках.
38. Організація презентацій у межах виставки.
39. Організація конференцій і форумів під час виставок.
40. Подієвий маркетинг у виставковій діяльності.
41. Організація харчування на виставках.
42. Кейтеринг у виставково-ярмарковій діяльності.
43. Післявиставкова діяльність експонента.
44. Робота з контактами після завершення виставки.
45. Післявиставковий маркетинг.
46. Оцінка результатів участі у виставці.
47. Показники ефективності виставкової діяльності.
48. Методи аналізу ефективності виставок.
49. Типові помилки при участі у виставках.
50. Шляхи підвищення ефективності виставкової діяльності.
51. Інновації у виставковому бізнесі.
52. Віртуальні та гібридні виставки.

53. Smart-технології у виставковій діяльності.
54. Сталий розвиток у виставковому бізнесі.
55. Екологічні аспекти організації виставок.
56. Соціальна відповідальність виставкових заходів.
57. Економічна ефективність сталих виставок.
58. Зелені технології у виставковій діяльності.
59. Управління відходами під час виставок.
60. Енергоефективність виставкових заходів.
61. Виставки як інструмент розвитку регіонів.
62. Роль виставок у туристичному брендингу територій.
63. Виставкова діяльність і сталий туризм.
64. Інклюзивність у виставкових заходах.
65. Безпека проведення виставок.
66. Нормативно-правове регулювання виставкової діяльності.
67. Міжнародні стандарти виставкової діяльності.
68. Логістика у виставковому бізнесі.
69. Управління ризиками у виставковій діяльності.
70. Етика ділового спілкування на виставках.
71. Крос-культурні особливості виставкової комунікації.
72. Роль виставок у розвитку підприємництва.
73. Виставки як платформа для B2B-комунікацій.
74. Нетворкінг у межах виставкових заходів.
75. Виставки та інноваційний розвиток бізнесу.
76. Стратегія участі підприємства у виставках.
77. Виставкова діяльність у кризових умовах.
78. Антикризове управління виставковими проєктами.
79. Вплив глобалізації на виставкову діяльність.
80. Виставки у структурі івент-індустрії.
81. Взаємодія виставок з туристичними подіями.
82. Синергія виставкової та готельно-ресторанної діяльності.
83. Роль сервісу у виставковій діяльності.
84. Управління якістю виставкових послуг.
85. Клієнтоорієнтований підхід у виставковому бізнесі.
86. Роль людського капіталу у виставковій діяльності.
87. Тайм-менеджмент у підготовці виставок.
88. Проєктний підхід у виставковій діяльності.
89. Командна робота при організації виставок.
90. Лідерство у виставкових проєктах.
91. Креативність у проєктуванні виставкових експозицій.
92. Виставки як інструмент навчання і професійного розвитку.
93. Освітній потенціал виставкової діяльності.
94. Міжнародна співпраця у виставковому бізнесі.
95. Роль держави у розвитку виставкової діяльності.
96. Партнерство у виставково-ярмарковій діяльності.
97. Виставкова діяльність у контексті сталого розвитку регіонів.
98. Перспективи розвитку виставкового бізнесу в Україні.
99. Інтеграція виставкової діяльності в туристичні продукти.
100. Майбутнє виставково-ярмаркової діяльності в умовах цифровізації.

## VI. Шкала оцінювання

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка
90–100	Зараховано
82–89	
75–81	
67–74	
60–66	
0–59	Незараховано (необхідне перекладання)

## VI. Рекомендована література та інтернет-ресурси

### Основна

1. Богатирьова Г.А. Організація ділового туризму та виставкової діяльності: метод. рек. до вивч. дисц. Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. ТуганБарановського, каф. міжнар. економіки та туризму. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2022. 94 с.
2. Головня О.М., Дриманова Л.М. Організація виставкової діяльності. Методичні вказівки до проведення практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання галузі знань 24 «Сфера обслуговування» спеціальностей 241 «Готельно-ресторанна справа», 242 «Туризм і рекреація». Вінниця: ВНАУ, 2024. 45 с.
3. Лисюк Т.В., Терещук О.С., Мельничук Р.В. Особливості виставкової діяльності туристичних і готельно-ресторанних підприємств. *Вісник ОНУ імені І.І.Мечникова*. Серія Економіка. 2020. Т. 25, Вип. 1(80). С. 148-152.
4. Лисюк Т.В., Семенюк О.Ю. Сталий розвиток у сфері туризму і рекреації: інноваційні технології та екологічні підходи. *Економіка та суспільство*. 2025. № 73. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5824> DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-28>.
5. Лисюк Т. В. Інноваційні технології в туризмі : методичні рекомендації до виконання самостійної роботи для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності J3 Туризм і рекреація освітньо-професійної програми Туризм. Луцьк : ФОП Мажула Ю. М., 2025. 52 с. <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/27633>.
6. Лисюк Т.В., Семенюк О.Ю. Сталий розвиток у сфері туризму і рекреації: інноваційні технології та екологічні підходи. *Економіка та суспільство*. 2025. № 73. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5824> DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-28>.
7. Лисюк Т.В. Інноваційні підходи до забезпечення сталого розвитку готельно-ресторанного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2025. № 72. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5733> DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-97>.
8. Лисюк Т.В., Ройко Л.Л., Білецький Ю.В. Інноваційні інформаційно-комунікативні технології у сфері туризму. *Економіка та суспільство*. 2022. №43. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-26>.
9. Лисюк Т.В., Терещук О.С., Демчук О.А. Інноваційні підходи до використання реклами та PR-технологій в готельно-ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*. 2021. № 28. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-35>
10. Лисюк Т.В., Берегова М.В. PR-технології та реклама у діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Удосконалення механізмів регулювання фінансово-економічної системи: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції ( м. Львів, 31 липня 2021 р.)*. ГО «Львівська економічна фундація», Львів : ЛЕФ, 2021. С. 33-37.
11. Стрижак О.О., Чайковський С.Д. Тенденції та перспективи розвитку міжнародного ділового туризму. *Економіка та суспільство*. 2024. № 60. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-116>.

### Додаткова

1. Барабаш В. А. Віртуальні виставки – перспективні стратегії діяльності інформаційних установ України. *Історія науки і біографістика*. 2023. № 2. С. 203-226.
2. Виставка «Рятуючи майбутнє». *Залізничний транспорт України*. 2022. № 2. С. 44-45.
3. Виставки, презентації, конференції, зустрічі. *Архіви України*. 2022. № 2. С. 195-201.
4. Гарбар М. В. Передумови формування середовища всесвітньої виставки в Україні (на прикладі досвіду ЕКСПО-2020). *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*. 2023. Вип. 65. С. 43-58.
5. Ерфан Є. А. Міжнародні виставки та ярмарки як інструмент розвитку міжнародної торгівлі. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2021. Вип. 39. С. 58-62.

6. Запорожченко О. Ю. Екологічні тенденції формування архітектури сучасних виставково-освітніх споруд. *Архітектурний вісник КНУБА*. 2021. Вип. 22-23. С. 141-149.
7. Кисленко Г. О. Фортеця Тягинь. Виставка в Археологічному музеї. *Археологія і давня історія України*. 2022. Вип. 4. С. 158-160.
8. Коваль Т. Віртуальна бібліотечна виставкова діяльність у системі наукових комунікацій. *Бібліотечний вісник*. 2022. № 1. С. 54-63.
9. Колосова Н. А. Історичні передумови розвитку виставкової діяльності. *Теорія та практика дизайну*. 2021. Вип. 24. С. 82-87.
10. Лисюк Т.В., Ройко Л.Л., Білецький Ю.В. Інноваційні інформаційно-комунікативні технології у сфері туризму. *Економіка та суспільство*. 2022. №43. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-26>.
11. Лисюк Т.В. Інноваційна діяльність у туристичному бізнесі. *Індустрія туризму і сфера гостинності в Україні та світі: сучасний стан, проблеми й перспективи розвитку* : матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Луцьк, 19 травня 2023 р.) / відпов. ред. Л.В. Ільїн. Луцьк : ФОП Мажула Ю.М., 2023. С. 116-120.
12. Лисюк Т.В. Цифрова трансформація в індустрії туризму. *XII Міжнародна науково-практична конференція математика. Інформаційні технології. Освіта*. (Луцьк-Світязь, 2 – 4 червня 2023 р.) Луцьк: ВНУ, 2023. С. 110-112.
13. Лисюк Т.В. Інноваційна діяльність у туристичному бізнесі. *Інтеграція освіти, науки та бізнесу в сучасному середовищі: Літні дебати: Матеріали V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції 3-4 серпня 2023 р.* ФОП Мареніченко В.В., Дніпро, Україна. С. 304-307.
14. Лисюк Т.В. Туристичні підприємства України: інноваційний розвиток. *Глобальне суспільство у формуванні нової безпеки Система і світовий порядок: Матеріали 2-ї Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції 27-28 липня 2023 р.* ФОП Мареніченко В.В., Дніпро, Україна. С. 230-233.
15. Лисюк Т.В. Модернізація туристичної галузі України. *Сучасні тенденції розвитку науки, освіти, технологій та суспільства: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 12 вересня 2023 р.): у 2 ч.* Полтава: ЦФЕНД, 2023. Ч. 2. С. 33-35.
16. Лисюк Т.В., Ройко Л.Л., Горяєва А.І. Інноваційні інформаційні процеси у розвитку туристичного сектору України. *Економіка та суспільство*. 2024. № 59. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-60>.
17. Лисюк Т.В. Інноваційні процеси в індустрії туризму України. «Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики»: матеріали III міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків / колектив авторів; Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, 1 квітня 2024 р. Харків, Україна. С. 276-278.
18. Лисюк Т.В. Інноваційна діяльність туристичних підприємств Волині: стратегічні імперативи конкурентоспроможності. *Стратегії ЄС щодо конкурентоспроможності, зростання і добробуту: Стратегічне управління конкурентоспроможністю в контексті євроінтеграційних процесів*. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, Дніпро, 19 березня 2025 р. [Електронне видання]. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2025. С.129-131.
19. Лисюк Т. В. Цифрові технології у сфері туризму: сучасні рішення та майбутні тренди. *Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики : матер.* Міжнар. науково-практ. конф., (15 квітня 2025 року м. Харків) / Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова. Харків, 2025. С. 296-299.
20. Поліщук О. Естетизм екологічного дизайну: художнє моделювання виставкового простору та конструювання унікального арт-об'єкта. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. Вип. 46 (2). С. 24-30.

#### *Інтернет-ресурси*

1. Виставкова федерація України. URL: [www.expo.org.ua](http://www.expo.org.ua) (дата звернення: 22.08.2025).
2. Всесвітня асоціація виставкової індустрії. URL: [www.uffi.org](http://www.uffi.org) (дата звернення: 22.08.2025).

3. Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні. Постанова Кабінету Міністрів України від 22 серпня 2007 р. N 1065 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1065-2007-%D0%BF#Text> (дата звернення: 22.08.2025).
4. Концепція розвитку виставково-ярмаркової діяльності. URL: [www.kmu.gov.ua/nras/2319267](http://www.kmu.gov.ua/nras/2319267) (дата звернення: 22.08.2025).