

|  |   |
|--|---|
| Код та назва дисципліни  | <b>2-075-3 Виставковий маркетинг-менеджмент</b>   |
| Рекомендується для галузі знань <sup>2</sup> (спеціальності, освітньої програми) | Галузі знань 07 «Управління та адміністрування», 05 «Соціальні та поведінкові науки», 24 «Сфера обслуговування»   |
| Кафедра (зазначати офіційний шифр)   | маркетингу та міжнародного менеджменту  |
| П.І.П. НПП (за можливості)   | Зінченко О.А. – професор кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту, д-р.екон.наук  |
| Рівень ВО  | Другий (магістерський)  |
| Курс, семестр (в якому буде викладатись) <sup>3</sup>                            | 2 семестр   |
| Мова викладання  | Українська  |
| Пререквізити <sup>4</sup> (передумови вивчення дисципліни)                       | Попереднє вивчення дисциплін «Менеджмент» та «Маркетинг» або «Основи менеджменту та маркетингу»   |
| Що буде вивчатися  | Сучасні підходи організації виставкової діяльності у системі маркетингових комунікацій, а також вивчення світового досвіду у цій сфері.   |
| Чому це цікаво/треба вивчати   | Студенти отримають навички роботи менеджера виставкових заходів щодо організації виставкових проєктів, оформлення виставкових стендів, укладання комерційних угод із суб'єктами виставкової діяльності, управління виставковим персоналом. Дисципліна дозволяє опанувати специфіку виставкового бізнесу, дослідити світовий досвід в цій сфері. Вивчення дисципліни дозволить оволодіти сучасними клієнтськими технологіями, розвинути організаторські здібності, вміння працювати в команді. |
| Чого можна навчитися (результати навчання)                                       | Планувати проведення виставкового заходу чи забезпечити організацію участі у ньому; розробляти та обирати комунікаційні складові для забезпечення ефективності виставкового заходу; визначати економічну та соціальну ефективність участі у виставковому заході; працювати в групі щодо організації та забезпечення функціонування системи інтегрованих маркетингових комунікацій, зокрема виставкової діяльності   |
| Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)             | Після успішного вивчення курсу студенти зможуть застосовувати найкращі світові практики організації виставкових заходів, ефективно налагоджувати комунікації з потенційними клієнтами, працювати в команді для досягнення спільних цілей, оцінити ефективність виставкового заходу, організувати виставковий бізнес   |
| Інформаційне забезпечення  | 1. Антонюк Я. М. Організація виставкової діяльності : навчальний посібник / Я.М. Антонюк, І. М. Шиндировський.- Львів : Вид-во ЛКА, 2015. – 245 с.<br>2. Ткаченко Т.І. Виставковий бізнес: монографія / Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 244 с.<br>3. McKenna-Cress P. Creating Exhibitions: Collaboration in the Planning, Development, and Design of Innovative Experiences. – Hoboken, New Jersey, USA: Wiley, 2013. – 320 p.                     |

|  |                             |
|--|-----------------------------|
| Види навчальних занять<br>(лекції, практичні,<br>семінарські, лабораторні<br>заняття тощо)     | Лекції, лабораторні заняття |
| Вид семестрового контролю  | диференційований залік      |
| Максимальна кількість<br>здобувачів <sup>5</sup>   | без обмежень                |
| Мінімальна кількість<br>здобувачів <sup>5</sup> (тільки для<br>мовних та творчих<br>дисциплін) | -                           |

*Декан факультету економіки*

\_\_\_\_\_

*Тетяна ГРИНЬКО*