

Код та назва дисципліни	2-D5-03 Виставковий маркетинг-менеджмент / Exhibition marketing management
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	Галузі знань 07 «Управління та адміністрування», 05 «Соціальні та поведінкові науки», 24 «Сфера обслуговування»
Кафедра (зазначати офіційний шифр)	маркетингу та логістики
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)	2 семестр
Мова викладання	Українська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	Попереднє вивчення дисциплін «Менеджмент» та «Маркетинг» або «Основи менеджменту та маркетингу»
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.
Перелік тем з дисципліни	Тема 1. Термінологія і класифікація виставково-ярмаркової діяльності. Тема 2. Виставкова діяльність як інструмент маркетингу. Тема 3. Організація участі у виставці. Тема 4. Планування виставкової діяльності підприємства. Проектування експозиції. Тема 5. Проведення аналізу конкурентів на виставках Тема 6. Інструменти залучення відвідувачів і привернення уваги. Рекламна підтримка участі у виставці. Тема 7. Стендовий персонал і виставкова комунікація. Тема 8. Організація супутніх заходів (конференцій, презентацій). Тема 9. Післявиставковий маркетинг. Оцінка ефективності виставки. Тема 10. Особливості міжнародних виставок у системі маркетингових комунікацій
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, організовувати виставковий бізнес
Очікувані 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
Інформаційне забезпечення	Конспект лекцій, навчально-методичні та наукові джерела, Інтернет-ресурси.

Види навчальних занять (лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо)	Лекції та практичні заняття
Вид семестрового контролю	Диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів/ Мінімальна кількість здобувачів (тільки для мовних та творчих дисциплін)	Без обмежень

В.о. декана факультету

Тетяна ГРИНЬКО