

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ  
СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ**  
Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти  
*сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 / ISO 9001:2015*  
**Кафедра світової економіки**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Вченою радою

(пост. П. 7 від «14» травня 2020 р.)

Ректор



А. А. Мазаракі

**МІЖНАРОДНА ВИСТАВКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ /  
INTERNATIONAL EXHIBITION ACTIVITIES**

**ПРОГРАМА /  
COURSE SUMMARY**

**Київ 2020**

**Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу КНТЕУ  
заборонено**

Автори: В.Г. Лежешко, канд. екон. наук, доцент

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри світової економіки, протокол № 14 від 27 квітня 2020р.

Рецензенти Калюжна Н.Г., доктор екон. наук, проф.  
Андросович С.А., директор ТОВ «ОЛ-Принт»

**МІЖНАРОДНА ВИСТАВКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ /  
International Exhibition Activity**

**ПРОГРАМА /  
COURSE SUMMARY**

<b>освітній ступінь</b>	<b>бакалавр</b>
<b>галузь знань</b>	<b>24 Сфера обслуговування</b>
<b>спеціальність</b>	<b>242 Туризм</b>
<b>спеціалізація</b>	<b>Міжнародний туризм</b>

**ВСТУП**

Програма дисципліни «Міжнародна виставкова діяльність» призначена для студентів першого / бакалаврського рівня галузі знань 24 «Сфера

обслуговування», спеціальності 242 «Туризм», спеціалізації «Міжнародний туризм» (вибіркова компонента освітньої програми). Програма складається з таких розділів:

1. Мета, завдання та предмет дисципліни.
2. Передумови вивчення дисципліни як вибіркової компоненти освітньої програми.
3. Результати вивчення дисципліни.
4. Зміст дисципліни.
5. Список рекомендованих джерел.

### **1. МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА ПРЕДМЕТ ДИСЦИПЛІНИ**

**Метою** викладання дисципліни «Міжнародна виставкова діяльність» є формування системи теоретичних та прикладних знань щодо сучасної виставкової діяльності як інструменту інтегрованих маркетингових комунікацій та її ролі в контексті розвитку міжнародного та національного бізнесу.

**Завданнями** вивчення дисципліни є: розкриття сутності виставкової діяльності як інфраструктурної підтримки розвитку національного та міжнародного бізнесу; засвоєння теоретичних засад формування сучасної моделі міжнародної виставкової індустрії на підставі еволюціонування умов підприємницької діяльності; набуття навичок аналізування організаційної та інституціональної структури виставкової діяльності в Україні та світі; набуття навичок стратегічного аналізу та оцінювання глобальних та національних тенденцій міжнародної виставкової діяльності; формування професійних знань щодо функціональних/цільових орієнтирів та менеджменту міжнародної виставкової діяльності; формування професійних знань щодо матеріально-технічного, організаційноінформаційного, комунікаційного, бюджетного, сервісного та логістичного забезпечення процесу організації міжнародної виставкової діяльності; оволодіння методами контролю та аналізу ефективності проведення виставкових заходів; формування логічно послідовної та структурованої системи знань щодо здійснення міжнародної виставкової діяльності.

**Предметом дисципліни** є теоретико-методичні підходи та практичні рекомендації щодо формування у студентів системи знань про світові тенденції, механізми та умови ведення міжнародної виставкової діяльності.

Дисципліна «Міжнародна виставкова діяльність» сприяє здобуттю студентами знань загальнотеоретичного і практично-прикладного характеру під час лекцій, семінарських занять, здійснення самостійної роботи з вивчення першоджерел та навчально-методичної літератури, виконанні індивідуальних завдань.

Загальний обсяг дисципліни – 180 годин, що відповідає 6 кредитам ЄКТС; для оцінювання знань студентів навчальним планом передбачено підсумковий контроль у формі екзамену.

## **2. ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ ЯК ВИБІРКОВОЇ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

У структурно-логічній схемі навчання фахівців за спеціальністю 242 «Туризм», спеціалізації «Міжнародний туризм» дисципліну «Міжнародна виставкова діяльність» рекомендовано вивчати після дисциплін «Туристично-рекреаційне країнознавство», «Організація туризму», що сприятиме вивченню дисциплін «Маркетинг в туризмі», «Комунікативний менеджмент».

## **3. РЕЗУЛЬТАТИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ**

Дисципліна «Міжнародна виставкова діяльність», як вибіркова компонента освітньої програми, забезпечує оволодіння студентами загальними та фаховими компетентностями і досягнення ними програмних результатів навчання за освітньо-професійною програмою *Міжнародний туризм (ОС бакалавр)*

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
<i>Загальні компетентності за освітньою програмою</i>		
K07	Здатність працювати в міжнародному контексті	1-16
<i>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності за освітньою програмою</i>		

K22	Розуміння принципів, процесів і технологій організації 9, роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем	10, 12, 13, 16
<i>Програмні результати навчання за освітньою програмою</i>		
ПР02	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	1-8, 16
ПР09	Організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки	9-16
ПР18	Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях	4, 11-16
ПР20	Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання	2, 11, 12, 14, 15, 16
ПР21	Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності	4, 11-16

#### **4. ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ**

##### **Тема 1. Міжнародна виставкова діяльність: сутність, класифікація, основні характеристики**

Вступ до дисципліни. Предмет дисципліни. Мета та завдання вивчення дисципліни. Інтегровані вимоги до знань та вмінь з навчальної дисципліни.

Структурно-логічна схема дисципліни.

Понятійно-категоріальний апарат дисципліни. Сутність виставково-ярмарочної діяльності. Виставка, ярмарка, експозиція. Суб'єкти виставки: організатори, розпорядники, упорядники, агенти, експоненти, відвідувачі. Виставкові комплекси та центри. Специфіка виставкового продукту.

Підходи до класифікації виставкової діяльності. Класифікація виставок за статусом, місцем проведення, тематикою, джерелом фінансування, періодичністю, формою проведення, цільовою аудиторією. Іміджеві та спеціалізовані національні експозиції на закордонних міжнародних виставкових та ярмаркових заходах.

Виставкова діяльність як інфраструктурна підтримка розвитку міжнародного бізнесу. Функціональні орієнтири участі у міжнародній

виставці: інформаційний, комунікаційний, комерційний, міжнародний, навчальний, маркетинговий, макроекономічний та соціальний. Національний брендинг як мета міжнародної виставкової діяльності.

**Список рекомендованих джерел:** *Основний:* **Ошибка! Источник ссылки не найден.**-7. *Додатковий:* 8, 10, 14..

## **Тема 2. Еволюція та світові тенденції розвитку міжнародної виставкової діяльності**

Ретроспектива розвитку виставкової діяльності. Становлення і розвиток міжнародного ринку виставкових послуг у світі. Історія всесвітніх виставок як ефективних форм інформаційно-культурного обміну та показника розвитку світової економічної системи.

Роль виставкової діяльності у світовій економіці. Характеристика сучасного світового виставкового ринку. Аналіз рівнів виставкової активності за регіонами та секторами економіки.

Виставкова діяльність в контексті глобальних тенденцій розвитку міжнародного бізнесу. Характерні риси та особливості міжнародної виставкової діяльності. Синергізм виставкової діяльності. Економічна, комерційна, соціо-культурна та політична сутність міжнародної виставкової діяльності. Фактори загального впливу на ринок виставкової індустрії: глобалізація, інтеграція, спеціалізація, концентрація, консолідація, диверсифікація. Рушійні та гальмівні фактори розвитку міжнародної виставкової діяльності в умовах глобалізації. Глобальний виставковий потенціал. Міжнародне співробітництво у виставковій сфері.

**Список рекомендованих джерел:** *Основний:* **Ошибка! Источник ссылки не найден.**-7. *Додатковий:* 8, 19, 12, 15.

## **Тема 3. Інституціональні та нормативно-правові засади міжнародної виставкової діяльності в Україні та світі**

Державне регулювання у сфері виставкової діяльності України: функції Кабінету міністрів України, Міністерства економічного розвитку і торгівлі, Міністерства закордонних справ, центральних та місцевих органів виконавчої влади. Структури, що координують виставкову діяльність в Україні: Торгово-промислова палата України, Виставкова Федерація України. Інтеграція України в міжнародне виставкове співтовариство.

Правова база регулювання виставкової діяльності в Україні. Митний, Господарський та Бюджетний кодекси України. Закони України «Про рекламу», «Про зовнішньоекономічну діяльність». Постанова КМУ «Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні». Основними завданнями у сфері виставкової діяльності. Принципи та пріоритети виставкової діяльності в Україні.

Міжнародні професійні асоціації у галузі виставкової індустрії. Всесвітня асоціація виставкової індустрії (UFI). Комітет німецької економіки з організації виставок і ярмарків (AUMA). Міжнародна асоціація виставкового менеджменту (IAEM). Центр досліджень виставкової статистики(CEIR). Міжнародне бюро виставок (BIE).

Міжнародні правові документи у галузі виставкової діяльності. Паризька конвенція, Митна Конвенція про карнет А.Т.А. для тимчасового ввезення товарів.

**Список рекомендованих джерел: Основний: **Ошибка! Источник ссылки не найден.**-7. Додатковий: 8, 12.**

#### **Тема 4. Тренди розвитку виставкової індустрії в Україні**

Концепція розвитку виставково-ярмаркової діяльності в Україні. Стадії розвитку виставкової діяльності в Україні. Чинники впливу на розвиток виставкової індустрії в Україні. Організаційна система формування та реалізації загальнодержавної стратегії розвитку виставкової діяльності в країні.

Аналітичне статистичне дослідження українського ринку виставкової індустрії. Структура експозицій та склад експонентів українського виставкового ринку. Ключові гравці виставкової індустрії в Україні: професійні виставкові компанії та національні виставкові бренди. Система аудиту даних про виставки, методика CENTREX.

Напрями удосконалення виставкової діяльності в Україні. Пріоритетні напрямки виставково-ярмаркової діяльності України з урахуванням галузевих та географічних чинників. Вплив виставкової діяльності на підвищення міжнародного іміджу держави. Активізація виставкової діяльності в регіонах країни.

**Список рекомендованих джерел: Основний: **Ошибка! Источник ссылки не найден.**-7. Додатковий: 8, 10, 12, 15..**

## **Тема 5. Розвиток виставкової індустрії Азіатсько-Тихоокеанського регіону**

Загальна характеристика та аналіз виставкової активності Азіатсько-Тихоокеанського регіону. Вплив обороту компаній регіону та бізнес-моделі на виставкову активність. Оцінка країн регіону за станом економіки на внутрішньому ринку, конкуренції в рамках галузі, глобального економічного розвитку та внутрішніми викликами. Позиції держав Азіатсько-Тихоокеанського регіону у світових економічних рейтингах.

Особливості та інноваційні тенденції розвитку виставкової діяльності Азіатсько-Тихоокеанського регіону. Аналіз виставково-активних країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону. Спеціалізація країн регіону за тематичними напрямками міжнародних виставкових заходів.

Характеристика найбільших виставкових центрів Китаю, Індії, Сінгапуру, Індонезії, Японії, Кореї, Австралії. Тенденції розвитку виставкової діяльності Азіатсько-Тихоокеанського регіону.

**Список рекомендованих джерел:** *Основний:* **Ошибка! Источник ссылки не найден.**-7 *Додатковий:* 17.

## **Тема 6. Характеристика та тенденції розвитку виставкової індустрії Європи**

Характеристика європейського ринку виставкової індустрії. Регулювання та координація виставкової діяльності в європейських країнах. Вплив обороту компаній регіону та бізнес-моделі на виставкову активність. Оцінка країн регіону за станом економіки на внутрішньому ринку, конкуренції в рамках галузі, глобального економічного розвитку та внутрішніми викликами. Позиції держав регіону у світових економічних рейтингах.

Дослідження виставкової активності в Європі. Аналіз виставково-активних міст Європи. Характеристика найбільших виставкових центрів Німеччини, Великої Британії, Франції, Австрії, Італії, Швейцарії, Бельгії.

Спеціалізація країн регіону за тематичними напрямками міжнародних виставкових заходів. Тенденції розвитку виставкової діяльності в Європі.

**Список рекомендованих джерел:** *Основний:* **Ошибка! Источник ссылки не найден.**-7. *Додатковий:* 17.



## **Тема 7. Характеристика виставкової індустрії Північної та Південної Америки**

Загальна характеристика та аналіз виставкової активності Північної та Південної Америки. Вплив обороту компаній регіону та бізнес-моделі на виставкову активність. Оцінка країн регіону за станом економіки на внутрішньому ринку, конкуренції в рамках галузі, глобального економічного розвитку та внутрішніми викликами. Позиції держав регіону у світових економічних рейтингах.

Особливості виставкової та конгресної діяльності в державах Північної та Південної Америки. Загальна характеристика виставкової активності в країнах Північної та Південної Америки. Найбільші виставкові події у регіоні.

Спеціалізація країн регіону за тематичними напрямками міжнародних виставкових заходів. Аналітичне оцінювання виставкових центрів США, Канади, Мексики Бразилії. Державна політика у сфері виставкової діяльності регіону. Тенденції розвитку виставкової діяльності в США та Канаді.

**Список рекомендованих джерел:** *Основний:* **Ошибка! Источник ссылки не найден.**-7. *Додатковий:* 17.

## **.Тема 8. Особливості виставкової діяльності в Африці та Близькому Сході**

Загальна характеристика та аналіз виставкової активності в Африці та Близькому Сході. Вплив обороту компаній регіону та бізнес-моделі на виставкову активність. Оцінка країн регіону за станом економіки на внутрішньому ринку, конкуренції в рамках галузі, глобального економічного розвитку та внутрішніми викликами. Позиції держав регіону у світових економічних рейтингах.

Дослідження ринку виставкової індустрії в Африці та Близькому Сході. Загальна характеристика виставкової активності в країнах Африки та Близького Сходу. Характеристика найбільших виставкових центрів Мозамбик, ПАР, Ізраїлю, ОАЕ.

Спеціалізація країн регіону за тематичними напрямками міжнародних виставкових заходів. Найбільші виставкові події у регіоні. Тенденції розвитку виставкової діяльності в Африці та Близькому Сході.

**Список рекомендованих джерел:** *Основний:* **Ошибка! Источник ссылки не найден.**-7. *Додатковий:* 17.

## **Тема 9. Інфраструктурне забезпечення міжнародної виставкової діяльності**

Дослідження національної та міжнародної виставкової кон'юнктури. Інфраструктура економіки країни: телекомунікаційні, інформаційні, транспортні, банківські та інші елементи. Виставкова інфраструктура як складова соціальної інфраструктури держави. Характеристика найкрупніших закордонних центрів виставкової індустрії. Світові стандарти до торговельновиставкових комплексів. Позиціонування та просування українських виставкових центрів на міжнародному виставковому ринку.

Консалтингові та сервісні послуги у виставковій діяльності. Міжнародні вимоги до номенклатури та якості виставкових послуг. Науководослідницьке спрямування виставкових послуг. Сервісна інфраструктура виставкової індустрії.

Виставковий аутсорсинг. Співробітництво з підрядниками, які сприяють виставковому процесу: дизайнерські бюро, компанії-забудовники, експедиторські компанії, рекламні агентства. Юридичні, видавничополіграфічні, культурно-розважальні, кур'єрські та інші послуги, які пов'язані з поточними потребами учасників та відвідувачів міжнародного виставкового заходу.

**Список рекомендованих джерел: Основний: *Ошибка! Источник ссылки не найден.*-7. Додатковий: 12, 13, 15, 18.**

## **Тема 10. Міжнародна виставкова діяльність як інструмент маркетингу**

Мультифункціональність та синергізм міжнародної виставкової діяльності.

Міжнародна виставкова діяльність як інструмент інтегрованих маркетингових комунікацій. Розширення бізнес-контактів та контактів з представниками торговельних місій. Отримання зворотного зв'язку від наявних та потенційних клієнтів суб'єктів міжнародного бізнеса.

Міжнародна виставкова діяльність як інструмент товарної та збутової політики. Оцінювання асортименту продуктового портфелю та його позиціонування. Перевірка ефективності системи збуту, розширення ринків збуту та цільової аудиторії. Оптимізація збутового ланцюга, відмова від торговельних посередників або пошук торгових агентів, партнерів з різних географічних регіонів.

Участь у виставкових заходах з метою досягнення іміджевих цілей суб'єкта міжнародного бізнеса. Підвищення репутації суб'єкта міжнародного

бізнеса та лояльності потенціальних клієнтів. Контакт із сучасними засобами реклами та PR. Реалізація концепції корпоративного дизайну. Виставкова діяльність як елемент соціального маркетингу.

Міжнародна виставкова діяльність як інструмент дослідження ринку. Участь у виставкових заходах для реалізації аналітичної функції суб'єкта міжнародного бізнесу та проведення галузевого аналізу. Визначення тенденцій розвитку галузі, конкурентів та можливостей кооперації. Оцінювання конкурентоспроможності товару та обмін досвідом. Участь у спеціалізованих заходах з додатковими можливостями отримання інформації.

**Список рекомендованих джерел:** *Основний:* **Ошибка! Источник ссылки не найден.**-7. *Додатковий:* 9, 10, 11, 14, 15.

## **Тема 11. Управління міжнародною виставковою діяльністю підприємства як бізнес-процесом**

Виставковий менеджмент екпонента. Планування виставкової діяльності суб'єкта міжнародного бізнесу. Критерії вибору потенційних виставок суб'єктом міжнародного бізнесу. Стратегічний та компаративний аналіз виставкових заходів з використанням стратегічних інструментів SWOT, PEST. Види стратегій організації виставкової діяльності: віолентна, патієнтна, комутантна, експлерентна. Етапи процесу формування та реалізації виставкового продукту. Основні етапи організації виставкових заходів: підготовчий, виставковий, післявиставковий.

Операційна діяльність виставкового центру по організації міжнародної виставки. Управління проектом міжнародної виставки. Розробка концепції і бізнес-плану виставкового заходу.

Ризики міжнародної виставкової діяльності: ризики вибору та планування участі у експозаходах, ризики підготовчого періоду участі у виставковому заході, ризики в процесі роботи екпонента. Ендогенні та екзогенні чинники ризиків виставкової діяльності суб'єкта міжнародного бізнесу.

**Список рекомендованих джерел:** *Основний:* **Ошибка! Источник ссылки не найден.**-7. *Додатковий:* 12, 13, 18.

## **Тема 12. Організаційно-інформаційне забезпечення міжнародної виставкової діяльності**

Вимоги до проведення виставкових заходів. Правила сертифікації. Фінансовий та креативний ценз на входження у виставкову індустрію.

Інформаційний супровід в період виставки: організація пресконференцій, брифінгів, круглих столів; організація інтерв'ю з представниками компанії; написання статей і розміщення в ЗМІ; проведення маркетингових досліджень на виставці, проведення промо-акцій: лотерей, фестивалів, конкурсів. Види реклами в виставковій діяльності. Пряме і приховане рекламування в виставкових експозиціях. Змістовне, правове і технічне забезпечення функції реклами в організації роботи виставки і презентації.

Супровідні виставкові заходи. Види супровідних виставкових заходів: ділові, святкові, маркетингові, публічні та заходи для ЗМІ. Заходи паралельної програми виставки: конгресні, протокольні, конкурсні та освітні заходи. Презентаційні програми і спеціальні проекти.

**Список рекомендованих джерел:** *Основний:* **Ошибка! Источник ссылки не найден.**-7. *Додатковий:* 9, 11, 18.

### **Тема 13. Комунікаційний менеджмент в системі міжнародної виставкової діяльності**

Комунікаційні функції міжнародної виставкової діяльності. Комунікація компаній-експонентів та відвідувачів виставки. Визначення цільової аудиторії виставки й розробка програми комунікацій виставкового заходу з урахуванням запитів цільової аудиторії.

Основи крос-культурної комунікації Культурно-психологічні особливості міжнародного бізнес-спілкування.

Управління персоналом в процесі формування виставкового продукту: відбір персоналу для ВД, керівника виставкового проекту, підготовка персоналу для роботи на стенді, мотивація персоналу стенду.

Виставковий стенд як візитна картка підприємства. Функціональні зони виставкового стенду: презентаційна частина, зона для переговорів, зона для зберігання матеріалів. Основні стендові послуги: демонстраційні, інформаційні, довідкові, перекладацькі, організаційно-технічні. Облік контактів з цільовою аудиторією, анкетування.

**Список рекомендованих джерел:** *Основний:* **Ошибка! Источник ссылки не найден.**-7. *Додатковий:* 9, 14, 15.

## **Тема 14. Бюджетування та логістизація міжнародної виставкової діяльності**

Бюджетування виставкової діяльності. Складання бюджету участі у виставковому заході та основні статті витрат: оренда виставкових площ, виставкове обладнання та дизайн стенду, витрати на відрядження та оплату стендистам, реклама та ПР, транспортні витрати тощо. Комерційний потенціал виставок. Конкурентні переваги спонсорства виставкового заходу.

Теоретичні засади виставкової логістики. Логістичні потоки міжнародної виставкової діяльності: матеріальні (експонати, устаткування, транспортні засоби; людські (відвідувачі, експоненти, стендисти, монтажники); інформаційні (паперова та віртуальна документація); фінансові (готівкові та безготівкові розрахунки). Особливості логістичних потоків при здійсненні міжнародної виставкової діяльності. Револьверний принцип логістики виставкової діяльності. «Твердий» та «м'який» продукт як складники логістики виставкової діяльності

Прикладні аспекти інтегрованої виставкової логістики. Інтегрована логістична концепція створення виставкових послуг. Оптимізація руху логістичних потоків в процесі організації міжнародної виставкової діяльності. Митне оформлення виставкових вантажів. Організація транспортноекспедиторського обслуговування виставкових вантажів. Логістичний консалтинг.

**Список рекомендованих джерел: Основний: *Ошибка! Источник ссылки не найден.*-7. Додатковий: 13, 17.**

## **Тема 15. Методичні підходи до оцінювання ефективності міжнародної виставкової діяльності**

Міжнародна виставкова діяльність в системі мультиплікаторів економічного зростання. Групування ефектів міжнародної виставкової діяльності: економічний (фінансовий, бюджетний), соціо-культурний, технікотехнологічний; первинний, відкладений, мультиплікаційний.

Аналіз факторів впливу на результативність та ефективність участі у виставці/ярмарку з позицій прикладання зусиль організатор/експонент. Фактори, що впливають на ефективність виставково-ярмаркової діяльності на рівні виставкового центру

Показники оцінки результатів проведення виставкового заходу підприємством-експонентом. Кількісні та якісні показники ефективності

проведення виставкового заходу за видами ефективності: комерційна, організаційно-технічна, ефективність використання виставкових площ. Процедура оцінювання виставкової ефективності підприємства-експонента. Звіт про виставкову діяльність. Бюджетна ефективність виставкової діяльності: звітна, непряма, повна.

**Список рекомендованих джерел:** *Основний:* **Ошибка! Источник ссылки не найден.**-7. *Додатковий:* 9, 14, 16.

## **Тема 16. Інноваційні форми ведення міжнародної виставкової діяльності**

Новітні пріоритети розвитку міжнародної виставкової діяльності. Чинники, що визначають формування інноваційного середовища у виставковій сфері. Динамічність та високо технологічність виставкової індустрії. Стимулятори та дестимулятори інноваційного розвитку міжнародної виставкової діяльності. Використання сучасних бізнесконцепцій у виставковій індустрії. Інноваційний потенціал міжнародної виставкової діяльності.

Віртуальні експозиції. Переваги (для організаторів, експонентів, відвідувачів) та специфічні вимоги до віртуальної експозиції суб'єкта міжнародного бізнеса. Інструменти просування віртуальної виставки. Персоналізація маркетингових комунікацій в процесі віртуального виставкового заходу.

Організаційні, маркетингові та технологічні інновації у міжнародній виставковій діяльності. Елементи процесу управління виставковою діяльністю з використанням ІТ-технологій. CRM-система "ПАРУС - Менеджмент і маркетинг". Мультимедійні технології у ВД. ІТ-продукти для проведення цільових F2F-заходів з метою максимізації ефективності міжнародної виставкової діяльності. Технологія організації виставкового заходу MatchMaking. Онлайн-промоушн та онлайн-сервіси для експонентів, організація у межах виставок Trend zone.

**Список рекомендованих джерел:** *Основний:* **Ошибка! Источник ссылки не найден.**-7. *Додатковий:* 11, 16.

## 5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

### *Основний*

1. Антонюк Я. М. Організація виставкової діяльності : [навч. посіб.] / Я. М. Антонюк, І. М. Шиндировський. – Львів : Вид-во Львівської комерційної академії, 2015. – 328 с.
2. Виставкова діяльність в Україні. Статистичний бюлетень: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.expo.org.ua/ua/statistics.php lang=ua>.
3. Лукашова Л.В. Організація виставкової діяльності : [навч. посіб. для студ. вищих навч. закл.] / Л.В. Лукашова. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 272 с.
4. Павленко А. Ф. Маркетингові комунікації: сучасна теорія і практика : монографія / А. Ф. Павленко, А. В. Вовчак, Т. О. Примак. – К. : КНЕУ, 2005. – 408 с.
5. Пекар В.О. Основи виставкової діяльності : [навч. посіб. для ВНЗ] / В.О. Пекар ; Ін-т реклами, Вища шк. виставк. менедж. – К. : Євроіндекс, 2009. – 166 с.
6. Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні : Постанова Кабінету Міністрів України від 22.09.2007 р. № 1065 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)
7. Ткаченко Т.І. Виставковий бізнес : [монографія] / Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 244 с.

### *Додатковий*

8. Антоненко І.Я. Виставкова діяльність в Україні: стан, проблеми та шляхи їх розв'язання / І.Я. Антоненко, Т.П. Дупляк // Економічний часопис ХХІ. – 2013. – №11–12(1). – С. 74–78
9. Божкова В.В. Виставкова діяльність як ефективний інструмент просування промислової продукції на нові ринки збуту / В. В. Божкова, А. С. Чикалова // Маркетинг і менеджмент інновацій, 2015. - № 3. – С. 11-19.
10. 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.
11. Виртуальные выставки. – Режим доступу : <http://www.virtexpo.com.ua>
12. Виставковий бізнес в Україні: інтеграція освіти, науки та практики : зб.

- наук. праць (спецвипуск) – Київ : Ін-т реклами – 2009. – 143 с.
13. Кінаш І. Політика розвитку виставкової інфраструктури в Україні / І. Кінаш // Бізнес-інформ. – 2013. – № 3. – С. 358–361. 14. Косенко О. Виставка як ефективний засіб маркетингової діяльності / О. Косенко, В. Балишева // Вісник НТУ «ХП». – 2014. – № 32 (1075). – С. 188–193. 15. Лук 'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій : Навч. посіб. / Т. І. Лук'янець – К.: КНЕУ, 2000. – 380 с.
16. П'ятницька Г.Т. Вплив виставкової діяльності на соціально-економічний розвиток регіону / Г.Т. П'ятницька, О.В. Сініціна // Економіка і регіон. – 2011. – № 3(30). – С. 26–33. 17. Смирнов І. Г. Логістика виставкової діяльності: світовий та український досвід / І.Г. Смирнов // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2014. – №4 (75). – С. 62-71.
18. Шульгіна Л.М. Розвиток організаційної та маркетингової підтримки виставково-ярмаркової діяльності підприємств / Л.М. Шульгіна, А. Рак // Збірник наукових праць Таврійського державного готехнологічного університету (економічні науки). – 2014. – № 4 (28). – С. 174–181.

### Періодичні видання

- ✦ Вісник КНТЕУ
- ✦ Товари і ринки
- ✦ Международная экономика и международные отношения
- ✦ Бизнес
- ✦ Ефективна економіка
- ✦ Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право
- ✦ Актуальні проблеми економіки
- ✦ Журнал європейської економіки ✦ Економічний часопис –XXI ст.
- ✦ Маркетинг і реклама ✦ Маркетинг в Україні ✦ Новий маркетинг

### Internet-ресурси

№	Назва ресурсу	Інтернет-адреса
1.	Всесвітня асоціація виставкової індустрії (UFI)	<a href="http://www.ufi.org">http:// www.ufi.org</a>
2.	Виставкова федерація України	<a href="http://www.expo.org.ua">http://www.expo.org.ua</a>
3.	Міжнародний виставковий союз CENTREX	<a href="http://www.centrexstat.org">www.centrexstat.org</a>



4.	Держкомстат України	<a href="http://www.ukrstat.gov.ua">http://www.ukrstat.gov.ua</a>
5.	Світова економіка та міжнародні відносини	<a href="http://vseslova.com.ua/word">http://vseslova.com.ua/word</a>
6.	Національна бібліотека України імені академіка Володимира Вернадського	<a href="http://www.nbuv.gov.ua">http://www.nbuv.gov.ua</a>
7.	Національна парламентська бібліотека України	<a href="http://www.nplu.kiev.ua">http://www.nplu.kiev.ua</a>

### **Виставки в Україні та за кордоном [www.allexpo.ru](http://www.allexpo.ru)**

[www.exponet.ru](http://www.exponet.ru)

[www.exroua.com](http://www.exroua.com)

[www.expodatabase.com](http://www.expodatabase.com) [www.tsnn.com](http://www.tsnn.com)

[www.directory.tradeshowweek.com/directory/index.asp](http://www.directory.tradeshowweek.com/directory/index.asp) [www.eventseye.com](http://www.eventseye.com)

[www.tradefairguide.com](http://www.tradefairguide.com)

[www.exporama.com](http://www.exporama.com)

### **Національні та регіональні виставкові асоціації**

Виставкова федерація України [www.expo.org.ua](http://www.expo.org.ua)

Асоціація німецької виставково-ярмаркової індустрії AUMA (Німеччина)  
[www.auma.de](http://www.auma.de)

Федерація ярмарків і виставок Бельгії та Великого Герцогства Люксембург  
FEBELUX [www.exhibitions.be](http://www.exhibitions.be)

Італійська асоціація виставок і ярмарків AEFI [www.aefi.it](http://www.aefi.it)

Центр досліджень виставкової індустрії CEIR (США) [www.ceir.org](http://www.ceir.org)

Гонконгська асоціація індустрії виставок і конгресів  
HKECIA [www.exhibitions.org.hk](http://www.exhibitions.org.hk)

Нідерландська федерація ярмарків і виставок FBTN [www.fbtn.nl](http://www.fbtn.nl)

Асоціація корейської виставкової індустрії AKEI [www.kei.or.kr](http://www.kei.or.kr)

Польська ярмаркова корпорація [www.polfair.com.pl](http://www.polfair.com.pl)

Спілка незалежних організаторів заходів SISO [www.siso.org](http://www.siso.org) Асоціація  
угорських організаторів виставок і ярмарків ANEFO  
[www.mkvsz.hu](http://www.mkvsz.hu)

Асоціація "Ярмарки, виставки та конгреси Франції FSCF  
[www.foiresaloncongres.com](http://www.foiresaloncongres.com)

Асоціація організаторів виставок і ярмарків Чеської Республіки SOVA CR  
[www.czechfairs.cz](http://www.czechfairs.cz)

Міжнародний союз виставок і ярмарків МСВЯ (Росія, Білорусь, Казахстан, Литва, Молдова, Україна) [www.uefexpo.ru](http://www.uefexpo.ru)

Асоціація міжнародних ярмарків Америки AFIDA (Аргентина, Болівія, Венесуела, Еквадор, Колумбія, Куба, Мексика, Панама, Перу, Сальвадор, Чилі ) [www.afida.com](http://www.afida.com)