

Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола

Відділення економіки та туризму



**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
Заступник директора  
з навчальної роботи  
Т.А. Ільчук  
30.01.2020р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА  
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ОРГАНІЗАЦІЯ ВИСТАВКОВОЇ ТА ЯРМАРКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

назва навчальної дисципліни

НАЙМЕНУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ	ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ, СПЕЦІАЛЬНІСТЬ, ОСВІТНІЙ РІВЕНЬ	ХАРАКТЕРИСТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
		денна форма навчання
Кількість кредитів ECTS – 6  Загальна кількість годин – 180 год.	Галузь знань - 24 Сфера обслуговування  Спеціальність - 241 Готельно-ресторанна справа	Вибіркова
		Мова викладання: українська
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 5 год.	Освітній рівень: перший (бакалаврський)	Рік підготовки:
		2-й
		Лекції:
		30
		Практичні, семінарські:
		42
Самостійна робота:		
108		
Вид контролю: залік		

Розробник:

Муха Роксолана Андріївна, кандидат економічних наук, старший викладач кафедри готельно-ресторанної справи

**ПОГОДЖЕНО:**

Гарант освітньо-професійної програми

 А. М. Кулик

**ПОГОДЖЕНО:**

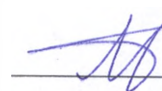
Завідувач відділення  
економіки та туризму

 С. Я. Добровольська

**РЕКОМЕНДОВАНО:**

Кафедрою готельно-ресторанної  
справи  
протокол № 6 від 28.01.2020р.

В. о. завідувача кафедри

 А. М. Кулик

# 1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ОРГАНІЗАЦІЯ ВИСТАВКОВОЇ ТА ЯРМАРКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Навчальна дисципліна «Організація виставкової та ярмаркової діяльності» спрямована на формування у студентів професійних навичок організації підприємств щодо виставкової та ярмаркової діяльності, навичок самостійної роботи з законодавчими матеріалами, додатковою літературою, здатності оцінювати конкретні ситуації, прагнення до набуття та збагачення знань, що і визначає її актуальність та роль.

Основними видами навчання є лекції, практичні, лабораторні та індивідуальні заняття. Ці форми дають можливість у повному обсязі вивчити новий матеріал, закріпити його, розвивати практичні навички та діагностувати якість знань.

**Метою** вивчення дисципліни є формування у майбутніх фахівців теоретичних знань, практичних умінь та головних фахових компетентностей, що забезпечують ефективну організацію участі підприємств готельно-ресторанної справи у виставково-ярмаркових заходах.

**Предметом** вивчення є економічні відносини, які виникають і розвиваються в сфері готельного і ресторанного обслуговування при здійсненні виставкової та ярмаркової діяльності, а також механізми її ресурсного забезпечення.

**Завдання** дисципліни полягає у формуванні, розвитку та удосконаленні фахових компетентностей, серед яких:

## **а) загальні компетентності (ЗК):**

- здатність до розуміння соціально-економічних явищ, суспільних процесів і тенденцій науково-технічного прогресу;
- здатність шляхом самостійного навчання освоювати нові області, використовуючи здобуті знання;
- здатність використовувати організаторські навички для планування роботи колективу;
- здатність застосовувати фахові та фундаментальні знання у професійній діяльності.

## **б) фахові компетентності спеціальності (ФК):**

- здатність володіти базовими поняттями, основами теорії і практики фахової підготовки, вміння їх застосовувати;
- здатність організовувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність;
- здатність формувати і реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії (робота в команді);
- здатність розуміти економічні процеси та здійснювати планування, управління, контроль діяльності суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу;
- здатність аналізувати і розраховувати економічні показники діяльності, визначати рівень конкурентоспроможності та економічний

потенціал суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу на основі даних статистичної звітності, бухгалтерського обліку, спеціальних досліджень.

Після вивчення навчальної дисципліни студент повинен показати такі **програмні результати навчання (ПРН):**

- розуміння та усвідомлення соціально-економічних явищ та суспільно-економічних процесів, тенденцій науково-технічного прогресу;
- освоювати нові області, використовуючи здобуті знання;
- уміння застосовувати фахові та фундаментальні знання у професійній діяльності;
- знання теорії і практики організації готельно-ресторанного господарства;
- уміння формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії (робота в команді);
- знання принципів організації роботи закладів готельно-ресторанного господарства та функції їх структур;
- уміння використовувати організаторські навички для планування роботи колективу;
- здійснювати організацію сервісно-виробничого процесу з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність;
- знання економічних процесів та уміння здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу;
- розраховувати, аналізувати та планувати фінансово-економічні показники діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу, визначати їх рівень конкурентоспроможності та економічний потенціал.

## ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Спеціальність, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма навчання
Кількість кредитів ECTS – 6	Спеціальність: 241 Готельно-ресторанна справа	Вибіркова
Кількість змістових модулів - 3		Мова викладання: українська
Загальна кількість годин – 180 год.	Освітній рівень: перший (бакалаврський)	Рік підготовки:
Тижневих годин: аудиторних – 5 год.		2-й
		Лекції:
		30
		Практичні, семінарські:
		42
Самостійна робота:		
108		
Вид контролю: залік		

## 2. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин			
	Денна форма навчання			
	всього	у тому числі		
		л	с	с.р.
1	2	3	4	5
<b>Змістовий модуль I. Виставкова та ярмаркова діяльність: основні поняття</b>				
Тема 1. Теоретичні основи виставково-ярмаркової діяльності	20	4	4	12
Тема 2. Термінологічний інструментарій виставкової та ярмаркової діяльності	20	4	6	10
Тема 3. Організаційно-правові засади регулювання виставкової діяльності	18	2	4	12
Тема 4. Основи організації виставкового процесу	18	2	4	12
Тема 5. Підготовка до участі та проведення виставково-ярмаркових заходів	20	4	4	12
<b>Разом за змістовим модулем 1.</b>	<b>96</b>	<b>16</b>	<b>22</b>	<b>58</b>
<b>Змістовий модуль 2. Особливості здійснення виставкової та ярмаркової діяльності</b>				
Тема 6. Обладнання у виставково-ярмарковій індустрії	16	2	4	10
Тема 7. Формування проектної команди в процесі реалізації виставково-ярмаркового заходу.	18	4	4	10
Тема 8. Особливості роботи персоналу у виставково-ярмарковій діяльності	18	4	4	10
Тема 9. Основи комунікації на виставкових заходах	16	2	4	10
Тема 10. Інтернет-технології у виставковій та ярмарковій діяльності	16	2	4	10
<b>Разом за змістовим модулем 2.</b>	<b>84</b>	<b>14</b>	<b>20</b>	<b>50</b>
<b>Разом:</b>	<b>180</b>	<b>30</b>	<b>42</b>	<b>108</b>

# **ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ «ОРГАНІЗАЦІЯ ВИСТАВКОВОЇ ТА ЯРМАРКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»**

## **Змістовий модуль I. Виставкова та ярмаркова діяльність: основні поняття**

### **Тема 1. Теоретичні основи виставково-ярмаркової діяльності**

Сутність виставкової та ярмаркової діяльності та її значення. Функції виставкової діяльності: інформаційна, комунікаційна, комерційна, міжнародна, навчальна, маркетингова, макроекономічна та соціальна. Індустрія МІСЕ, складові елементи. Ефекти виставково-ярмаркової діяльності: прямий (первинний, вторинний) та непрямий (мультиплікативний). Еволюція розвитку виставково-ярмаркової діяльності, основні етапи.

### **Тема 2. Термінологічний інструментарій виставкової та ярмаркової діяльності**

Виставково-ярмаркова діяльність. Суб'єкти виставкової діяльності, їх характеристика: виставковий центр, організатор виставок та ярмарків, розпорядник виставок та ярмарків, упорядник виставок та ярмарків, агент, учасник виставок та ярмарків. Взаємозв'язок основних суб'єктів виставкового бізнесу в процесі організації виставкових заходів. Класифікація підприємств – організаторів виставок з точки зору забезпеченості виставковими площами. Класифікація учасників виставкових заходів: за країною походження (національний, іноземний учасник), за формою участі у виставці (очний, заочний учасник), за значущістю у разі колективної участі (прямий, співучасник, непрямий учасник). Відвідувач виставкових заходів, його характеристика та класифікація. Об'єкти виставкової діяльності, їх характеристика (специфічна послуга, виставковий продукт). Вид, склад та цільові групи споживачів виставкового продукту. Характерний виставковий продукт. Супутній виставковий продукт. Додатковий виставковий продукт. Виставковий захід. Розмежування понять «виставка» та «ярмарка». Класифікація виставкових заходів за: територіальною ознакою, джерелом фінансування, географічним складом учасників, цільовою аудиторією, періодичністю проведення, тривалістю функціонування, галузевою ознакою, формою проведення. Класифікація виставок UFI. Всесвітні виставки «EXPO».

### **Тема 3. Організаційно-правові засади регулювання виставкової діяльності**

Нормативно-правові основи виставково-ярмаркової діяльності. Концепція розвитку виставково-ярмаркової діяльності. Статут громадської організації "Виставкова федерація України". Кодекс чесного бізнесу. Загальні

умови участі у виставках. Цивільний, Господарський, Податковий, Бюджетний кодекси України. Закон України “Про рекламу”. Закон України “Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції”. Зарубіжний нормативно-правовий досвід.

#### **Тема 4. Основи організації виставкового процесу**

Загальні аспекти організації участі підприємства у виставках (ярмарках). Організаційно-економічний механізм управління підприємствами у сфері виставкової діяльності. Організаційна структура управління підприємствами виставкової діяльності. Управління процесом формування та реалізації виставкового продукту. Управління якістю виставкових послуг. Управління фінансово-економічними показниками діяльності виставкових підприємств. Ціноутворення в підприємствах виставкової діяльності. Оподаткування підприємств виставкової діяльності. Управління ризиками підприємств виставкової діяльності. Використання інформаційних та маркетингових технологій підприємствами виставкової діяльності.

#### **Тема 5. Підготовка до участі та проведення виставково-ярмаркових заходів**

Планування участі у виставково-ярмарковому заході. Основа ефективності виставкового проєкту. Вибір цілей виставки: першочергові, комунікативні, ціноутворюючі, розподілу. Критерії вибору виставки/ярмарку. Підготовка до виставки. Особливості проведення виставкових дій. Методи організації нових потоків відвідувачів виставки. Форма аналізу відвідувачів виставкового стенду. Оцінка ефективності виставково-ярмаркових проєктів.

#### **Змістовий модуль 2. Особливості здійснення виставкової та ярмаркової діяльності**

#### **Тема 6. Обладнання у виставково-ярмарковій індустрії**

Створення конструкції стенду. Підходи до створення виставкового стенду, їхні переваги та недоліки. Види стендів. Підбір виставкового обладнання. Елементів виставкового обладнання. Види та організаційна побудова стендів. Оформлення стенду. Рекламно-дизайнерські прийоми. Eye-stopper. Зміст та особливості виставкових стендів. План виставки. Колір у виставковій рекламній діяльності.

#### **Тема 7. Формування проєктної команди в процесі реалізації виставково-ярмаркового заходу.**

Основні аспекти поняття "команда". Ознаки команди. Етапи створення команди: підготовка, створення робочих умов, формування і побудова



команди, співпраці в роботі. Розвиток команди та її еволюція. Види груп, сформованих в команди. Етапи утворення команди. Психологічні чинники командоутворення. Умови формування міцної команди. Розподіл функціональних і командних ролей. Командні ролі по Р. Бербіну. Склад команди проекту в процесі реалізації виставково-ярмаркового заходу. Завдання організації роботи над проектом виставкової діяльності. Елементи системи управління командою проекту. Основні характеристики команди проекту. Підходи до формування проектної команди.

### **Тема 8. Особливості роботи персоналу у виставково-ярмарковій діяльності**

Підбір персоналу для участі у виставці. Професійні та особисті якості співробітників виставкових заходів. Перелік персоналу виставкового стенду, їхні обов'язки. Керівник стенду та його професійні якості. Інструкції персоналу. Правила відбору і підготовки стендистів. Вимоги до стендиста. Обслуговування відвідувачів виставки.

### **Тема 9. Основи комунікації на виставкових заходах**

Вивчення потенційних відвідувачів виставки (ярмарку). типи відвідувачів виставково-ярмаркового заходу: раціоналісти, консерватори, новатори, тощо. Класифікація відвідувачів ярмарків і виставок. Технологія відвідування виставкового заходу. Фактори впливу на рішення відвідувача щодо вибору як виставки/ярмарку. Порядок спілкування з відвідувачами на виставках (ярмарках). Правила спілкування для забезпечення необхідного рівня комунікації. Спілкування на виставках (ярмарках) із засобами масової інформації. Формами спілкування: прес-конференції; інтерв'ю; прес-релізи; досьє для преси; досьє для прес-центру ярмарку-виставки та особливості їх організації.

### **Тема 10. Інтернет-технології у виставковій та ярмарковій діяльності**

Напрямки використання інтернет-технологій у діяльності готельно-ресторанного суб'єкта господарювання: підтримання ділових контактів, пошук інформації (вивчення ринку), купівля та продаж (електронна комерція), рекламування товарів та продукції. Групування сайтів виставкової діяльності. Реальні та віртуальні виставки, їх характеристика. Віртуальний стенд, його основні елементи. Спектр можливостей віртуальної виставки для основних суб'єктів виставкової діяльності. Переваги віртуальних виставок на реальними. Види віртуальних виставок, їх класифікація за: географічним

складом учасників, торговельно-галузевою ознакою, приналежністю до реальної виставки, відкритістю доступу до відвідувачів, формою представлення. Етапи управління виробництвом та реалізацією віртуального виставкового продукту. Результативність просування віртуальних виставок.

Тематика практичних, семінарських занять та самостійної роботи студентів визначені у тематичному плані дисципліни.

Питання та завдання практичної та самостійної роботи студентів деталізовані у відповідних методичних вказівках.

#### 4. ПОРЯДОК ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО ОЦІНЮВАННЯ

Оцінювання знань студентів з навчальної дисципліни здійснюється шляхом проведення контрольних заходів, які включають:

- *поточний контроль,*
- *модульний контроль,*
- *виконання індивідуального навчально-дослідного завдання.*

**Поточний контроль** здійснюється під час проведення практичних і семінарських занять і має на меті перевірку знань студентів з окремих тем та рівня їх підготовленості до виконання конкретної роботи.

Ключовими формами та методами демонстрації студентами результатів навчання при поточному контролі є:

- робота в малих групах - спільне опрацювання групою студентів окремих проблемних питань з наступною демонстрацією результатів та засвоєння навчального матеріалу;
- презентація - виступи перед аудиторією для висвітлення окремих питань, індивідуальних завдань, реферативних досліджень тощо;
- дискусія - обґрунтування власної позиції у вирішенні проблемних питань;
- кейс-метод - аналіз конкретних ситуацій, що дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності.

Результати поточного контролю за семестр визначаються як середня з усіх поточних оцінок за 100-бальною шкалою, відображених у журналах обліку відвідування та успішності академічної групи.

**Модульний контроль** проводиться з метою оцінки результатів навчання після закінчення логічно завершеної частини лекційних та практично-семінарських занять з певного змістового модуля.

Основною формою модульного контролю є завдання, які включають як і перевірку теоретичних положень курсу, так і розв'язування практичних завдань.

Оцінки з модульного контролю за 100-бальною шкалою відображаються у журналах обліку відвідування та успішності академічної групи і включаються як окремий заліковий модуль до залікового кредиту.

**Індивідуальне навчально-дослідне завдання (ІНДЗ)** – це форма організації навчання, яка має на меті поглиблення, узагальнення та закріплення знань, які студенти отримують у процесі навчання, а також застосування цих знань на практиці. Індивідуальні завдання виконують студенти самостійно і звичайно під керівництвом викладачів. Як правило, індивідуальні завдання виконуються окремо кожним студентом.

ІНДЗ є видом позааудиторної індивідуальної роботи студента навчального, навчально-дослідницького характеру, яке використовується в процесі вивчення програмного матеріалу навчальної дисципліни і завершується оцінюванням.

Метою ІНДЗ є самостійне вивчення частини програмного матеріалу курсу, його систематизація, поглиблення, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань студента з навчального курсу та розвиток навичок самостійної роботи. ІНДЗ це завершена теоретична або практична робота в межах навчальної програми курсу, яка виконується на основі знань, вмінь і навичок, отриманих у

процесі лекційних, семінарських занять, охоплює тему, декілька тем або зміст навчальної дисципліни в цілому.

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою, а оцінка включається до залікового кредиту як окремий заліковий модуль.

### ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ:

За шкалою коледжу	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	відмінно	A (відмінно)
85–89	добре	B (добре)
84-75		C (добре)
67–74	задовільно	D (задовільно)
60-66		E (задовільно)
35 – 59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
0 – 34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

Підсумкова оцінка за 100-бальною шкалою розраховується як середня у відповідності з ваговими коефіцієнтами, величина яких залежить від значення кожного з контрольних заходів, що проводяться під час вивчення навчальної дисципліни.

	Модуль 1 (поточне опитування)	Модуль 2 (підс. мод. контр.)	Модуль 3 (ІНДЗ)	Підсумкова оцінка
Вагові коефіцієнти, %	70	20	10	100
Розрахунок оцінки в балах	80	85	90	82

**Приклад розрахунку підсумкової оцінки в балах:**

$$O = 80*0,7+85*0,2+90*0,1=82$$

## **ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

Для якісного засвоєння курсу необхідна систематична та усвідомлена робота студентів в усіх видах навчальної діяльності: лекції, семінарські та практичні заняття, консультації, самостійна робота як індивідуальна, так і під керівництвом викладача.

При проведенні аудиторних занять домінуючими є лекційно-проблемні, індивідуально-диференційовані, особистісно-орієнтовані форми проведення занять та технології, спрямовані на організацію самоосвіти студента.

При проведенні практичних занять використовуються активні форми їх проведення: евристичні бесіди, дискусії, ділові ігри, кейси, розв'язок практичних задач, розгляд господарських ситуацій.

Крім того, така робота повинна бути індивідуалізованою з врахуванням рівня творчих можливостей студента, його навчальних здобутків, інтересів, навчальної активності тощо.

### **Склад методичного забезпечення дисципліни:**

- робоча навчальна програма;
- опорні конспекти лекцій;
- практикум для виконання семінарських занять;
- матеріали тестового контролю з дисципліни;
- завдання для виконання самостійної роботи та індивідуальних навчально-дослідних завдань;
- засоби поточного та підсумкового контролю.

### **Інструменти, обладнання та комп'ютерне забезпечення**

Електронні енциклопедії, довідники, мультимедійні засоби у вільному доступі в Інтернет, комп'ютерні презентації за темами курсу.

## Список рекомендованих джерел:

### Основна:

1. TheGlobalAssociationoftheExhibitionIndustry:Веб сайт.  
URL: <http://www.ufi.org/>(дата звернення 04.02.2020р.).
2. Антоненко І. Я., Дупляк Т. П. Виставкові діяльність в Україні: стан, проблеми та шляхи їх розв'язання. *Економічний часопис- XXI*. 2013. № 11–12. С. 74–78.
3. Антонюк Я. М., Шиндировський І. М. Організація виставкової діяльності: навч. посібн. Львів: ЛКА, 2015. 245 с.  
URL:[https://pidruchniki.com/77731/marketing/organizatsiya\\_vistavkovoyi\\_diyalnosti](https://pidruchniki.com/77731/marketing/organizatsiya_vistavkovoyi_diyalnosti)(дата звернення 04.02.2020).
4. 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.
5. Болдін О. С. Інституційні засади державного регулювання виставково-ярмаркової діяльності. *Державне будівництво*. 2009. № 2. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu\\_2009\\_2\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2009_2_21) (дата звернення 04.02.2020).
6. Вдовіченко О. Г. Методичні аспекти організації виставково-ярмаркової діяльності у регіоні. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. 2012. № 4. С. 259–266.
7. Дупляк Т.П. Організаційно-правові засади державного регулювання виставкової діяльності в Україні. *Ефективна економіка*. 2015. № 9. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2015\\_9\\_39](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_9_39)(дата звернення 04.02.2020).
8. Про інформацію:Закон України від 02 жовтня 1992 р. №2657-ХІІ: за станом на 03 лютого 2013 р. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2003. № 31 – 32. Ст. 263.
9. Концепція розвитку виставкової діяльності/ URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/2319267>(дата звернення 04.02.2020).
10. Міжнародний стандарт ISO 25639-1:2008 Exhibitions, shows, fairsandconventions. URL: <https://www.iso.org/standard/43909.html>(дата звернення 04.02.2020).
11. Овчарек В. Є. Виставковий дизайн: визначення, структура, сфера застосування. *Вісник КНУТД*. 2015. №2 (84). С. 157–162.
12. Пацалюк К. О. Роль виставки як засобу маркетингових комунікацій. *Економіка. Управління. Інновації*. 2016. Вип. 1 (16).
13. Пекар В. Основи виставкової діяльності : навч. посібн. Київ: Євроіндекс, 2009. 348 с.

14. Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні: Постанова Кабінету Міністрів України №1065 від 22.08.2007 . URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1065-2007-%D0%BF>(дата звернення 04.02.2020).

15. Виставкова федерація України: Веб сайт. URL: <http://www.expo.org.ua>(дата звернення 04.02.2020).

16. 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)(дата звернення 04.02.2020).

17. 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>(дата звернення 04.02.2020).

18. Туровська Л, Смоляр І. Електронна виставка як комунікаційна модель діяльності наукової бібліотеки. *Вісник Книжкової палати*. 2015. № 3. С. 29–31.

#### **Додаткова:**

1. Бабій Л. М. Віртуальна книжкова виставка: нова форма інформаційних ресурсів бібліотеки. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Серія : Бібліотекознавство. Книгознавство*. 2015. Вип. 4. С. 272–276.

2. 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.

19. Болдін О. С. Інституційні засади державного регулювання виставково- ярмаркової діяльності. *Державне будівництво*. 2009. № 2. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu\\_2009\\_2\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2009_2_21)(дата звернення 04.02.2020).

3. Бондаренко В. Віртуальна виставка як дистантна бібліотечна послуга. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. 2015. Вип. 41. С. 467–478.

4. Булахова Г. Виставкова діяльність у рекламній стратегії бібліотек. *Наукові праці Національної бібліотеки імені В. І. Вернадського*. 2013. Вип. 35. С. 556–566.

5. Вдовіченко О. Г. Методичні аспекти організації виставково-ярмаркової діяльності у регіоні. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. 2012. № 4. С. 259–266.

## Інформаційні ресурси

Назва ресурсу або організації	Електронна адреса
<b>Веб-сайти наукових установ</b>	
Бібліотека КНУБА	<a href="http://library.knuba.edu.ua/">http://library.knuba.edu.ua/</a>
Наукова бібліотека Дніпровського національного університету ім. Олеся Гончара	<a href="http://library.dsu.dp.ua/eticet.html">http://library.dsu.dp.ua/eticet.html</a>
Міністерство освіти і науки України	<a href="http://www.mon.gov.ua/index.php/ua/">http://www.mon.gov.ua/index.php/ua/</a>
Бібліотека навчальної та наукової літератури НАДПСУ	<a href="http://lib.nadpsu.edu.ua/?page=/BooksShow/BooksShow7/BooksShow7">http://lib.nadpsu.edu.ua/?page=/BooksShow/BooksShow7/BooksShow7</a>
Офіційний сайт наукової діяльності Національної академії ім. Я. Мудрого	<a href="http://nulau.org.ua/index.php?r=biblio">http://nulau.org.ua/index.php?r=biblio</a>
Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського	<a href="http://www.nbu.gov.ua/">http://www.nbu.gov.ua/</a>
Харківська державна наукова бібліотека	<a href="http://korolenko.kharkov.com/">http://korolenko.kharkov.com/</a>
Національна парламентська бібліотека України	<a href="http://www.nplu.kiev.ua/">http://www.nplu.kiev.ua/</a>
Наукова бібліотека ім.М. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка	<a href="http://lib-gw.univ.kiev.ua/">http://lib-gw.univ.kiev.ua/</a>
Державна бібліотека України для юнацтва	<a href="http://www.4uth.gov.ua/exhibitions_books/netiquette.htm">http://www.4uth.gov.ua/exhibitions_books/netiquette.htm</a>