

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Кафедра міжнародної економіки та туризму

Г.А. Богатирьова

**ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ ТА ВИСТАВКОВОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ**

Методичні рекомендації для вивчення дисципліни

**Кривий Ріг
2019**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Кафедра міжнародної економіки та туризму

Г.А. Богатирьова

ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ ТА ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Методичні рекомендації для вивчення дисципліни

Затверджено на засіданні
кафедри міжнародної економіки та
туризму
Протокол № 6
від “ 24 ” грудня 2018 р.

Схвалено навчально-методичною радою
ДонНУЕТ
Протокол № 3
від “ 31 ” січня 2019 р.

**Кривий Ріг
2019**

УДК 338.48-6:(005+7/8) (072)

Б 73

Рецензенти:

Г.О. Горіна – доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри міжнародної економіки та туризму

В.В. Барабанова – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування

Богатирьова, Г.А.

Б73 Організація ділового туризму та виставкової діяльності [Текст] : метод. рек. до вивч. дисц. / Г.А. Богатирьова; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. міжнар. економіки та туризму. – Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2019. – 52 с.

Методичні рекомендації призначені для студентів спеціальності 242 «Туризм» й містять програму, плани семінарських занять, завдання для самостійного вивчення з дисципліни «Організація ділового туризму та виставкової діяльності». Методичні рекомендації містять перелік питань для підготовки до підсумкового контролю, перелік основної та додаткової літератури, розподіл балів за видами робіт, що виконуються студентами протягом вивчення дисципліни, термінологічний словник.

УДК 338.48-6:(005+7/8) (072)

© Богатирьова Г.А., 2019

© Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, 2019

ЗМІСТ

ВСТУП	4
ЧАСТИНА 1. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ	5
ЧАСТИНА 2. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ПІДГОТОВКИ ДО ПРАКТИЧНИХ ТА СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ	18
Змістовий модуль 1. Теоретичні засади ділового туризму.....	19
Змістовий модуль 2. Особливості організації та розвитку виставкової діяльності	26
ЧАСТИНА 3. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ	30
Змістовий модуль 1. Теоретичні засади ділового туризму	31
Змістовий модуль 2. Особливості організації та розвитку виставкової діяльності	42
Термінологічний словник	49

ВСТУП

В Україні на сьогоднішній день вже відбулося усвідомлення важливості розвитку туризму як одного з ефективних засобів відродження національної економіки завдяки здатності цього сектора забезпечувати значні валютні надходження, створювати значну кількість нових робочих місць та іншим перевагам.

Глобалізація світової економіки та пов'язана з цим процесом інтенсифікація ділових, наукових кадрів і міждержавних культурних зв'язків перетворили діловий туризм в одну із провідних галузей світового господарства. Діловий туризм пов'язаний із розвитком зовнішньоекономічних зв'язків, прагненням використовувати передовий досвід інших країн і народів у створенні духовних і тих матеріальних цінностей, що сприяють розширенню міжнародних контактів серед представників наукових кіл різних держав.

Найважливішим інструментом, який дозволяє туристичним підприємствам просувати свою продукцію на ринку туристичних послуг, підтримувати ділове спілкування з партнерами є виставкова діяльність.

Навчальна дисципліна «Організація ділового туризму та виставкової діяльності» висвітлює теоретичний матеріал щодо сутності ділового туризму, особливостей організації ділових зустрічей, функціонування інфраструктури ділового туризму і організації обслуговування ділових туристів готельними, туристськими й іншими організаціями сфери послуг. Вивчення матеріалу розвиває у студентів розуміння переваг виставкової діяльності у ефективному функціонуванні турпідприємств, формує практичні навички використання знань для прийняття управлінських рішень щодо підвищення ефективності діяльності підприємств ділового туризму та вмінь, що забезпечать конкурентоспроможність готельних і туристських закладів, які спеціалізуються на діловому туризмі та організації виставкових заходів.

Мета дисципліни – формування теоретичних знань та практичних навичок з основних принципів організації ділового туризму та виставкової діяльності, організації ділових заходів, функціонування інфраструктури ділового туризму, організації обслуговування туристів та споживачів туристичних послуг.

Завдання: теоретичні засади сутності ділового туризму та виставкової діяльності, їх соціально-економічних основ; аналізу сучасного стану функціонування ділового туризму та виставкової діяльності в Україні; формування у студентів системи професійних компетентностей з підготовки і проведення виставкової діяльності, особливостей функціонування виставкових заходів; методів організації та проведення ефективної виставкової роботи туристичного підприємства.

**ЧАСТИНА 1. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИВЧЕННЯ
ДИСЦИПЛІНИ**

1. Опис дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни
Обов'язкова (для студентів спеціальності "назва спеціальності") / вибіркова дисципліна	Обов'язкова для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»
Семестр (осінній / весняний)	осінній
Кількість кредитів	4,5
Загальна кількість годин	150
Кількість модулів	2
Лекції, годин	30
Практичні / семінарські, годин	24
Лабораторні, годин	-
Самостійна робота, годин	96
Тижневих годин для денної форми навчання:	
аудиторних	3,6
самостійної роботи студента	5
Вид контролю	екзамен

2. Програма дисципліни

Ціль – формування теоретичних знань та практичних навичок з основних принципів організації ділового туризму та виставкової діяльності, організації ділових заходів, функціонування інфраструктури ділового туризму, організації обслуговування туристів.

Завдання: теоретичні засади сутності ділового туризму та виставкової діяльності, їх соціально-економічних основ; аналізу сучасного стану функціонування ділового туризму та виставкової діяльності в Україні; формування у студентів системи професійних компетентностей з підготовки і проведення виставкової діяльності, особливостей функціонування виставкових заходів; методів організації та проведення ефективної виставкової роботи туристичного підприємства.

Предмет: теоретико-методологічні засади ділового туризму й виставкової діяльності,

Зміст дисципліни розкривається в темах:

Тема 1. Характеристика, сутність, завдання та мета ділового туризму в Україні

Тема 2. Загальна характеристика і особливості політичних ділових заходів

Тема 3. Загальна характеристика і особливості наукових заходів в діловому туризмі

Тема 4. Загальна характеристика, особливості організації і проведення комерційних ділових заходів

Тема 5. Професійно-ділові заходи. Ін센сив-туризм

Тема 6. Особливості обслуговування ділового сегменту споживачів готельними і туристськими підприємствами

Тема 7. Конференц-зали і бізнес-центри: характеристики, вимоги, обладнання

Тема 8. Діловий етикет

Тема 9. Світовий досвід організації і просування ділового туризму

Тема 10. Мета й основні завдання виставково-ярмаркової діяльності

Тема 11. Вимоги до проведення виставок і ярмарок в Україні

Тема 12. Особливості організації виставкової діяльності

Тема 13. Характерні особливості виставок. Особливості міжнародних виставок у системі туристичного маркетингу

Тема 14. Процес організації участі туристичного підприємства в роботі виставки. Робота персоналу турпідприємства під час проведення міжнародної виставки

3. Структура дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин (денна форма навчання)				
	усього	у тому числі			
		лекц.	пр./сем.	лаб.	СРС
1	2	3	4	5	6
Змістовий модуль 1. Теоретичні засади ділового туризму					
Тема 1. Характеристика, сутність, роль і значення ділового туризму	10	2	2	-	6
Тема 2. Загальна характеристика і особливості політичних ділових заходів	10	2	2	-	6
Тема 3. Загальна характеристика і особливості наукових заходів в діловому туризмі	10	2	2	-	6
Тема 4. Загальна характеристика, особливості організації і проведення комерційних ділових заходів	10	2	2	-	6
Тема 5. Професійно-ділові заходи	10	2	2	-	6
Тема 6. Особливості обслуговування ділового сегменту споживачів готельними і туристськими підприємствами	14	2	2	-	10
Тема 7. Конференц-зали і бізнес-центри: характеристики, вимоги, обладнання	10	2	-	-	8
Тема 8. Діловий етикет	12	2	2	-	8
Тема 9. Світовий досвід організації і просування ділового туризму	12	2	2	-	8
Разом за змістовим модулем 1	98	18	16	-	64
Змістовий модуль 2. Особливості розвитку виставкової діяльності					
Тема 10. Мета й основні завдання виставково-ярмаркової діяльності	8	2	-	-	6
Тема 11. Вимоги до проведення виставок і ярмарок в Україні	10	2	2	-	6
Тема 12. Особливості організації виставкової діяльності	14	4	2	-	8
Тема 13. Характерні особливості виставок. Особливості міжнародних виставок у системі туристичного маркетингу	10	2	2	-	6
Тема 14. Процес організації туристичної фірми в роботі виставки. Робота персоналу тур підприємства під час проведення міжнародної виставки	10	2	2	-	6
Разом за змістовим модулем 2	52	12	8	-	32
Усього годин	150	30	24	-	96

4. Теми семінарських/практичних/лабораторних занять

№ з/п	Вид та тема семінарського заняття	Кількість годин
1	Семінар – розгорнута бесіда Характеристика, сутність, роль і значення ділового туризму	2
2	Семінар запитань і відповідь Особливості підготовки і організації політичного ділового заходу	2
3	Семінар – дискусія Особливості організації і проведення наукових ділових заходів	2
4	Семінар – бесіда Організація і проведення комерційних ділових заходів	2
5	Семінар – обговорення Особливості організації інсентив-турів	2
6	Семінар – тренінг Особливості обслуговування ділових туристів готельними підприємствами	2
7	Семінар – обговорення проблемних питань Особливості спілкування з діловими партнерами	2
8	Семінар – бесіда Аналіз досвіду організації ділового туризму в різних країнах	2
9	Семінар – обговорення Соціально-економічне значення та еволюція виставкової діяльності	2
10	Семінар-тренінг Особливості організації виставкової діяльності	2
11	Семінар – бесіда Особливості міжнародних виставок у системі туристичного маркетингу	2
12	Семінар запитань і відповідей Робота персоналу тур підприємства під час проведення міжнародної виставки	2
Всього		24

5. Індивідуальні завдання

1. Огляд періодичної і монографічної наукової літератури.
2. Підготовка рефератів, доповідей за обраною темою.
3. Підготовка та захист проекту екскурсії, виставки.
4. Підготовка тез доповідей з метою виступу на університетських, всеукраїнських та міжнародних семінарах та конференціях.

6. Обсяги, зміст та засоби діагностики самостійної роботи

Вид та тема семінарських занять	Кількість годин самостійної роботи	Зміст самостійної роботи	Засоби діагностики
Змістовий модуль 1. Теоретичні засади ділового туризму			
Семінар – розгорнута бесіда Характеристика, сутність, роль і значення ділового туризму	6	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: Поняття ділового туризму. Класифікація ділового туризму. Значення ділового туризму. Історія і сучасні тенденції ділового туризму. Політична компонента ділового туризму. Наукова компонента ділового туризму. Комерційна компонента ділового туризму. Професійна компонента ділового туризму. Суспільна компонента ділового туризму. Джерела [1, 3-5, 9, 10]. 2. Самотестування. 3. Підготовка до презентації доповіді.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, заслуховування та обговорювання доповідей
Семінар запитань і відповідей Особливості підготовки і організації політичного ділового заходу	6	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: сутність політичних ділових заходів та особливостями їх організації і проведення; особливості організації і проведення державного візиту; особливості організації і проведення офіційного візиту; аспекти, що регламентуються правилами процедури конференцій. Джерела [1, 5, 9, 10]. 2. Самотестування. 3. Підготовка до понятійного диктанту.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, понятійний диктант
Семінар – дискусія Особливості організації і проведення наукових ділових заходів	6	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: Види і типи наукових ділових заходів. Особливості організації і проведення наукових ділових заходів. Організація харчування учасників наукових ділових заходів. Особливості організації і проведення наукових ділових заходів. Організація харчування учасників наукових ділових заходів Джерело [4 - 9]. 2. Самотестування. 3. Підготовка до презентації доповіді.	Тестування, проведення дискусії, заслуховування та обговорювання повідомлень
Семінар – бесіда Організація і проведення комерційних ділових заходів	8	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: Загальна характеристика комерційних ділових заходів. Особливості організації і проведення комерційних ділових заходів. Джерело [1, 2, 4, 9]. 2. Самотестування. 3. Підготовка до презентації доповіді.	Тестування, проведення дискусії, заслуховування та обговорювання повідомлень
Семінар – обговорення Особливості організації інсентив-турів	8	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: Поняття інсентив-туризм і його особливості. Географія інсентив-туризму. Особливості організації інсентив-турів. Основні специфічні вимоги для інсентив-турів. основних критеріїв вибору місцевості для організації інсентив-турів. Джерело [1, 3, 10, 11]. 2. Самотестування. 3. Підготовка до презентації доповіді.	Тестування, проведення дискусії, заслуховування та обговорювання повідомлень
Семінар	10	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої	Тестування,

Конференц-зали і бізнес-центри: характеристики, вимоги, обладнання		літератури для обговорення питань: Типи і характеристика основних закладів обслуговування ділових зустрічей. Конференц-зали: класифікація, об'ємно-планувальні рішення, типові проекти. Обладнання для ділових заходів: типи, характеристика, основні переваги й недоліки. Джерело [6-10]. 2. Самотестування.	проведення дискусії, заслуховування та обговорювання повідомлень
Семінар – обговорення Особливості спілкування з діловими партнерами	10	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: Спілкування з іноземними партнерами. Візитні картки. Ділові подарунки. Стандарти візитної картки. Особливості вибору ділових подарунків. Особливості етикету вручення й отримання ділових подарунків. Джерело [1-4, 6-9]. 2. Самотестування. 3. Самоперевірка знань	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, розв'язання практичних завдань
Семінар – бесіда Аналіз досвіду організації ділового туризму в різних країнах	10	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: Міжнародні Business Travel асоціації і професійні спілки. Організація і просування ділового туризму в Росії. Вітчизняний досвід організації ділового туризму. Джерело [1, 2, 4, 5, 6]. 2. Самотестування. 3. Самоперевірка знань	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, обговорення проблемних питань
Разом змістовий модуль 1	64		
Змістовий модуль 2. Особливості організації та розвитку виставкової діяльності			
Семінар – обговорення Соціально-економічне значення та еволюція виставкової діяльності	6	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: Сутність і місце виставкової діяльності у світовій туристській індустрії. Специфіка виставкової діяльності в туризмі. Стимуляція ділового туризму. Соціально-економічні та політичні передумови розвитку ділового туризму і виставкової діяльності. Географія бізнес-подорожей. Характеристика конгресно-виставкового туризму Джерело [1, 2, 11]. 2. Самотестування. 3. Добір інформаційних матеріалів щодо проекту	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, обґрунтування та розробка проекту
Семінар-тренінг Особливості організації виставкової діяльності	6	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: Проектування тур продукту. Організація надання туристичних послуг. Основні етапи проектування музейних експозицій. Наукове і художнє проектування експозиції. Джерело [2, 6, 11]. 2. Самотестування.	Тестування, розв'язання практичних завдань,
Семінар – бесіда Особливості міжнародних виставок у системі туристичного маркетингу	8	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: Переміщення товарів через митний кордон. Ввезення і вивезення культурних цінностей. Порядок провезення зразків флори й фауни. Ввезення-вивезення тварин. Перспективи розвитку ділового туризму і виставкової діяльності в Україні. Привабливість окремих районів України для ділового туризму. Фірми-організатори ділових турів. Інструктивна робота туристичних фірм із клієнтами. Зовнішньоекономічні контакти України з іншими країнами Джерело [1-4, 5-9]. 2. Самотестування.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, розв'язання практичних завдань, перевірка зібраної інформації
Семінар запитань і відповідей Робота персоналу тур підприємства під час	6	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: Оформлення документів до під час та після ділової подорожі. Міжнародні вимоги до організації виставкової діяльності. Оформлення документів про партнерську роботу та з постачальниками.	Тестування, розв'язання практичних завдань

проведення міжнародної виставки		Безпека ділового туризму і виставкової діяльності. Правила поведінки в закордонних поїздках. Міжнародний досвід у розробці безпеки туризму. Правові аспекти закупівлі, перевезення, зберігання та збуту товару Джерело [13-6, 8, 9]. 2. Самотестування.	
Разом змістовий модуль 2	32		
Разом	96		

7. Матриця зв'язку між дисципліною/ змістовим модулем, результатами навчання та компетентностями

Результати навчання	Компетентності										
	Загальні					Предметно-спеціальні					
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6
1. Знання основних понять ділового туризму та виставкової діяльності	+					+					
2. Знання сутності ділового туризму та виставкової діяльності			+					+			
3. Знання особливостей організації роботи виставки та ярмарки					+						
4. Знання особливостей організації міжнародних виставок							+				
6. Розуміння соціально-економічних основ ділового туризму і виставкової діяльності			+								+
7. Розуміння особливостей організації ділових зустрічей, функціонування інфраструктури ділового туризму і організації обслуговування ділових туристів готельними, туристськими і іншими організаціями сфери послуг								+			
8. Уміння організації ділових турів та виставкової діяльності				+						+	
9. Уміння вести документообіг ділових турів та виставкової діяльності		+							+		
10. Уміння організації проведення виставкових заходів							+				
11. Уміння розроблювати тематику виставок										+	
12. Уміння складати кошторис витрат						+					
13. Уміння організувати роботи стендистів на виставці та ярмарку										+	
14. Здатність визначати особливості функціонування виставкових заходів									+		
15. Здатність аналізувати сучасний стан функціонування ділового туризму та виставкової діяльності в Україні								+			

8. Методи викладання

Лекції, семінарські заняття, самостійна робота (підготовка презентацій, рефератів, самостійне опрацювання додаткових питань за наведеним переліком літератури).

9. Методи оцінювання

Екзамен.

10. Розподіл балів, які отримують студенти

Відповідно до системи оцінювання знань студентів ДонНУЕТ, рівень сформованості компетентностей студента оцінюються у випадку проведення екзамену: впродовж семестру (50 балів) та при проведенні підсумкового контролю - екзамену (50 балів).

Оцінювання студентів протягом семестру

№ теми практичного заняття	Вид роботи/бали					
	Тестові завдання	Ситуаційні завдання, задачі	Обговорення теоретичних питань теми	Індиві- дуальне завдання	ПМК	Сума балів
Змістовий модуль 1						
Тема 1	1	0,5	0,5	0,5		2,5
Тема 2	1	0,5	0,5	0,5		2,5
Тема 3	1	0,5	0,5	0,5		2,5
Тема 4	1	0,5	0,5	0,5		2,5
Тема 5	1	1	0,5	0,5		3
Тема 6	1	1	1	1		4
Тема 8	-	0,5	0,5	1		2
Тема 9	-	0,5	0,5	1	4	6
Разом змістовий модуль 1	6	5	4,5	5,5	4	25
Змістовий модуль 2						
Тема 1	2	1	1	2		6
Тема 2	1	1,5	0,5	2		5
Тема 3	1	1,5	0,5	2		5
Тема 4	1	1,5	0,5	2	4	9
Разом змістовий модуль 2	5	5,5	2,5	8	4	25
Разом						50

Загальне оцінювання результатів вивчення дисципліни

Для виставлення підсумкової оцінки визначається сума балів, отриманих за результатами екзамену та за результатами складання змістових модулів. Оцінювання здійснюється за допомогою шкали оцінювання загальних результатів вивчення дисципліни (модулю).

Оцінка		
100-бальна шкала	Шкала ECTS	Національна шкала
90-100	A	5, «відмінно»
80-89	B	4, «добре»
75-79	C	
70-74	D	3, «задовільно»
60-69	E	
35-59	FX	2, «незадовільно»
0-34	F	

11. Методичне забезпечення

1. Електронний конспект лекцій.
2. Методичні вказівки з вивчення дисципліни.
3. Індивідуальні завдання.
4. Навчальна та наукова література, нормативні документи.

12. Рекомендована література

Основна

1. Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности М. : Финансы и статистика, 2000. - 310 с.
2. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2000. - 320 с.
3. Лойко О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство: [уч. пособие]. – Томск, Изд-во ТПУ, 2005 – 152 с.
4. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг: Геопросторові аспекти. – 2 – ге вид., перероб. та доп. – К.: Альтерпрес, 2013. – 324 с.
5. Мальська М.П., Антонов Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: [підручник]. – К.: Знання, 2008. – 661 с.
6. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: [навч. посіб.]. – К.: Центр навчальної літератури, 2014. – 232 с.

Допоміжна

7. Большой Глоссарий терминов международного туризма / Под ред. М.Б. Биржакова, В.И. Никифорова. – СПб.: Издательский дом Герда, Невский Фонд, 2002. – 704 с.
8. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія і практика: [навч. посіб.]. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 424 с.
9. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. / М.П. Кляп, Ф.Ф. Шандор. – К. : Знання, 2011. – 334 с
- 10 Федорченко В.К. Готельне господарство: основні показники, оцінка якості послуг : [навч. посіб.]. / В.К. Федорченко, І.М. Мініч. – К. : Логос, 1999. – 76 с.
11. Федорченко В.К. Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму / В.К. Федорченко. – К. : Слово, 2004 . – 471 с.
12. Свободная энциклопедия [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Деловой_туризм. – Заглавие с экрана.

13. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності : [підручник] / Т. Г. Сокол ; За заг. ред. Орлова В.Ф. – К. : Грамота, 2006. – 264 с.
14. Організація готельного господарства : [навч. посіб.] / О.М. Головка та ін. – К. : Кондор, 2012. – 338 с.
15. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: [навч. посіб.] – Київ: Кондор, 2008 – 356 с.
16. Тимошенко Н.Л. Корпоративна культура: діловий етикет: [навч. посіб.] — К.: Знання, 2006. — 391 с
17. Чмут Т.К., Чайка Г.Л. Етика ділового спілкування: [навч. посіб.] – К.: Вікар, 2002. – 223 с.

Інформаційні ресурси

18. Все гостиницы Украины. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [Http://www.all-hotels.com.ua](http://www.all-hotels.com.ua)
19. Каталог сайтів - турфирми, гостиницы, отели, пансионаты, санатории. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [Http://infotravel.com.ua](http://infotravel.com.ua)
20. Сайт Державного комітету статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
21. Сайт Державної служби туризму і курортів. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua>

ЧАСТИНА 2.
МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ПІДГОТОВКИ ДО ПРАКТИЧНИХ ТА
СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль 1.
Теоретичні засади ділового туризму
Тема 1. Характеристика та сутність ділового туризму
Семинар – розгорнута бесіда

План заняття:

1. Поняття ділового туризму.
 2. Класифікація ділового туризму.
 3. Значення ділового туризму.
 4. Історія і сучасні тенденції ділового туризму.
- Рекомендовані терміни для укладання термінологічного словника: *tourism, travel, Business travel, business travel, MICE, meetings, incentives, conferences, congress, exhibitions, events, туризм, подорож, поїздка, діловий туризм, відрядження.*

Дати відповідь на наступні питання (ситуаційні завдання)

1. Назвіть і охарактеризуйте основні міжнародні Business Travel асоціації і професійні спілки. Розкрийте їх значення для розвитку ділового туризму.
2. Розкрийте значення використання електронних баз даних, інформаційних електронних видань і інформаційних сайтів для функціонування і розвитку ділового туризму.
3. Які особливості необхідно враховувати при спілкуванні з іноземними партнерами з: США, Великобританії, Франції, Німеччини, Італії, Іспанії, Ірландії, Португалії, Голландії, Греції, Китаю, Японії, Кореї, Мусульманські країни і країни Близького й Середнього Сходу, інших країн.
4. Кар'єра співробітника на туристичному підприємстві будується на основі бажання самого працівника реалізувати свій власний професійний потенціал та зацікавленості підприємства в просуванні саме цього співробітника. Вказати, з яких елементів складається процес планування ділової кар'єри на підприємстві. Назвати показники, що використовуються для оцінки ефективності управління діловою кар'єрою співробітника.
5. Розкрити роль ділового туризму у міжнародному, внутрішньому й іноземному туризмі в Україні.

2. Індивідуальне тестування.

3. Практичні завдання.

Завдання 1. Які існують підходи до класифікації туризму? (за напрямом туристського потоку; за географічною ознакою; за метою подорожі).

Завдання 2. Які складові класифікації туризму за метою подорожі? (рекреаційний туризм, лікувально-оздоровчий туризм, пізнавальний туризм (екскурсійний), спортивний туризм, етнічний, релігійний).

Завдання 3. Проаналізувати перспективи розвитку ділового туризму до 2020 р. (за рахунок збільшення обігу даного сектору, кількості міжнародних ділових поїздок тощо).

Тема 2. Особливості підготовки і організації політичного ділового заходу

Семінар запитань і відповідь

План заняття:

1. Сутність політичних ділових заходів та особливостями їх організації і проведення.
2. Особливості організації і проведення державного візиту.
3. Особливості організації і проведення офіційного візиту.
4. Правила і процедури проведення конференцій.

Рекомендовані терміни для укладання термінологічного словника: *візит, державний візит, офіційний візит, робочий візит, візит проїздом, конференція, конгрес.*

1. Розгорнуте обговорення у формі бесіди основних положень теми та питань самостійного вивчення:

1. Обґрунтуйте пріоритетні напрямки розвитку туризму на прикладі окремого регіону (за вибором). Охарактеризуйте, які передумови для цього має обраний регіон. Чи є перспективним для обраного регіону діловий туризм? Які є умови і перешкоджання для його розвитку в регіоні?

2. Розкрити роль ділового туризму у міжнародному, внутрішньому й іноземному туризмі в Україні.

3. Дати системну оцінку стану та обґрунтування напрямів удосконалення сучасних виставково-ярмаркових заходів.

4. Охарактеризувати діяльність вітчизняних туроператорів, які спеціалізуються на діловому туризмі.

5. Описати процедуру підготовки й організації ділового заходу на прикладі ділового засідання.

2. Індивідуальне тестування.

3. Практичні завдання.

Завдання 1. Які візити, виходячи з характеру прийому існують? Дати характеристику.

Завдання 2. Охарактеризуйте особливості організації і проведення офіційного візиту.

Завдання 3. Що таке візит проїздом? В чому полягають особливості організації і проведення таких візитів?

Завдання 4. Перелічіть аспекти, що регламентуються правилами процедури конференцій.

Завдання 5. Розкрийте сутність терміну «конгрес» та коротко охарактеризуйте особливості цього політичного ділового заходу.

Тема 3. Особливості організації і проведення наукових ділових заходів **Семинар – дискусія**

План заняття:

1. Види і типи наукових ділових заходів.
2. Особливості організації і проведення наукових ділових заходів.
3. Організація харчування учасників наукових ділових заходів.

Рекомендовані терміни для укладання термінологічного словника: *наука, функції науки, наукові знання, класифікація наук, організація науки, поняття, термін, категорія, принцип, об'єкти наукових економічних досліджень, науковотехнічна діяльність, наукове дослідження, науковий напрям, конгрес, конференція, семінар, симпозіум, форум.*

1. Розгорнуте обговорення у формі бесіди основних положень теми та питань самостійного вивчення:

1. Назвіть основні види наукових заходів в діловому туризмі та коротко охарактеризуйте їх.
2. Розкрийте сутність терміну «конференція». За якими критеріями класифікують конференції?
3. Які види семінарів існують? Дайте характеристику одному з них.
4. В чому полягають особливості організації і проведення такої форми ділового заходу як форум?
5. Як найчастіше планується наукових діловий захід в часовому аспекті?

2. Індивідуальне тестування.

3. Практичні завдання.

Завдання 1. Які статті містить кошторис організації і проведення наукової конференції?

Завдання 2. Назвіть та охарактеризуйте заходи, які необхідно провести в ході попередньої підготовки проведення наукового ділового заходу.

Завдання 3. Назвіть заходи, які необхідно провести в ході підбиття підсумків проведення наукового ділового заходу?

Завдання 4. Назвіть заходи, які необхідно провести в ході підбиття підсумків проведення наукового ділового заходу.

Завдання 5. Особливості організації харчування учасників наукових ділових заходів.

Тема 4. Організація і проведення комерційних ділових заходів **Семинар – бесіда**

План заняття:

1. Загальна характеристика комерційних ділових заходів.
2. Організація і проведення комерційних ділових заходів.
3. Класифікація комерційних ділових заходів.
4. Робота в ході функціонування заходу.

5. Засоби оформлення стендів і методи показу експозиції.

Рекомендовані терміни для укладання термінологічного словника: *Виставка, ярмарок, виставково-ярмаркові заходи, експонат, експонент, стенд, виставкова площа, павільйон.*

1. Розгорнуте обговорення у формі бесіди основних положень теми та питань самостійного вивчення:

1. Як класифікують виставково-ярмаркові заходи за метою проведення? Наведіть приклади.

2. Як класифікують виставково-ярмаркові заходи за частотою проведення? Наведіть приклади.

3. Як класифікують виставково-ярмаркові заходи за характером пропозиції експонатів? Наведіть приклади.

4. Як класифікують виставково-ярмаркові заходи за складом учасників?

5. Назвіть заходи, які необхідно провести в ході підбиття підсумків проведення комерційних ділових заходів?

2. Індивідуальне тестування.

3. Практичні завдання.

Завдання 1. Охарактеризувати сутність книжкової виставки як складової соціальних комунікацій, як інструменту формування читацької культури. Які можливості закладені в книжковій виставці з точки зору культурного обміну?

Завдання 2. Охарактеризувати суб'єктів виставкової діяльності (організаторів, учасників, відвідувачів).

Завдання 3. Розробити проект проведення виставки (книжкової, літературної тощо) в умовах діяльності вищого навчального закладу дотримуючись алгоритму (вибір формату та масштабу виставки, аналіз запланованого фонду пам'яток, творів; характеристика цільової аудиторії, термін проведення, проектування експозиції).

Завдання 4. Вибрати з переліку типових помилок при організації виставки, яких допускаються організатори (не визначені цілі виставки, не врахований характер, не визначена цільова аудиторія, не передбачений зворотній зв'язок з відвідувачами виставки тощо).

Завдання 5. Наскільки повно відповідає стенд виставки її цілям та завданням?

Тема 5. Особливості організації інсентив-турів Семінар-обговорення

План заняття:

1. Поняття інсентив-туризм і його особливості.

2. Географія інсентив-туризму.

3. Особливості організації інсентив-турів.

4. Основні специфічні вимоги для інсентив-турів, основних критеріїв вибору місцевості для організації інсентив-турів.

Рекомендовані терміни для укладання термінологічного словника: *професійні заходи, інсентив, інсентив-тур, інсентив-туризм, заохочення, відрядження, гастролі, поїздки на змагання.*

1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми та питаннями самостійного вивчення:

1. Дати характеристику основних видів інсентив-турів.
2. Особливості розробки та реалізації інсентив-програми.
3. Охарактеризувати особливості організації й проведення конференції з використанням інсентив-програми.
4. Цінова політика і сервіс інсентив-турів: порівняльна характеристика.
5. Туристична індустрія інсентив-туризму в Україні: основні аспекти функціонування і розвитку.

2. Індивідуальне тестування.

3. Презентація доповідей з використанням мультимедійного візуального супроводження.

Тема 6. Особливості обслуговування ділових туристів готельними підприємствами **Семінар – тренінг**

План заняття:

1. Характеристика і особливості ділових туристів.
2. Значення ділових заходів для готелів.
3. Необхідні умови, що впливають на вибір готелю.

Рекомендовані терміни для укладання термінологічного словника: *суб'єкти ринку ділового туризму, готельна індустрія, готельний заклад, туристська фірма, туристське підприємство, туроператор, турагент, тур, діловий тур, діловий сегмент.*

1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми та питаннями самостійного вивчення:

1. Особливості розвитку готельної справи в Україні: історичний аспект.
2. Проаналізувати кількість готелів по областях, охарактеризувати процеси, які відбувалися у готельному господарстві з 1991 р.
3. Яка сьогодні забезпеченість готелями в Україні? Навести дані й приклади.
4. Готелі загальнодержавної і комунальної власності в Україні: порівняльний аналіз.
5. Характеристика готелів з іноземним капіталом в Україні.

2. Індивідуальне тестування.

3. Практичні завдання.

Завдання 1. Проаналізувати структуру готельного господарства України за типами (готелі, мотелі, готельно-офісні центри, кемпінги, молодіжні турбази і гірські притулки, гуртожитки для приїжджих, інші місця тимчасового проживання).

Завдання 2. Проаналізувати роботу Асоціації готельних об'єднань і готелів міст України.

Завдання 3. Проаналізувати роботу готелів підвищеної категорії України (на прикладі двох) 3 – 5 зірок.

Завдання 4. Критерії класифікації готельних підприємств за рівнем комфорту.

Завдання 5. Система категоризації готелів.

Тема 7. Особливості спілкування з діловими партнерами **Семінар – обговорення проблемних питань**

План заняття:

1. Спілкування з іноземними партнерами.
 2. Візитні картки. Стандарти візитної картки.
 3. Ділові подарунки. Особливості вибору ділових подарунків.
 4. Особливості етикету вручення й отримання ділових подарунків.
- Рекомендовані терміни для укладання термінологічного словника: *етикет, діловий етикет, візитна картка, діловий подарунок.*

1. Розгорнуте обговорення у формі бесіди основних положень теми та питань самостійного вивчення:

1. Дотримання моральних норм у діловому спілкуванні.
2. Ділове спілкування як специфічна форма контактів і взаємодії людей, які представляють певну організацію.
3. Ефективне ділове спілкування як пошук спільного рішення.
4. Техніка «живого контакту».
5. Важливість використання особливих інструментів ділового спілкування – комунікаційних ефектів.

2. Індивідуальне тестування.

3. Практичні завдання.

Завдання 1. Поясніть положення ділового етикету, яке звучить: «Не розділяй слово і справу». Тут зафіксоване наступне: «Ділова людина вважається діловою, якщо вміє дотримувати слова, тобто виконувати свої обіцянки й поручительства. При діловому спілкуванні не можна довільно користуватися значеннями слів. На переговорах переважно обходитися словами із чітко вираженим змістом, що не мають різночитань. Мова брокера не повинна бути незрозуміла й тим більше груба. Вульгарна мова викликає в співрозмовника негативну реакцію, а також насторожене відношення до мовця і, отже; до брокерської контори, що той представляє».

Завдання 2. Поясніть, як досягається ефект візуального іміджу у діловому спілкуванні?

Завдання 3. Охарактеризувати фактори, які негативно впливають на стиль ділового спілкування.

Завдання 4. Як, на вашу думку, працює психотерапія в спілкуванні: не перемогти суперника, а домогтися його розташування?

Завдання 5. Як оволодіти практикою аргументації?

Тема 8. Аналіз досвіду організації ділового туризму в різних країнах Семінар – бесіда

План заняття:

1. Міжнародні Business Travel асоціації і професійні спілки.
2. Організація і просування ділового туризму.
3. Вітчизняний досвід організації ділового туризму.

Рекомендовані терміни для укладання термінологічного словника: *асоціація, член асоціації, асоційований член, національна асоціація, професійні спілки, International Business Travel Association (IBTA), Business Travel Association (NBTA), Institute of Travel Management (ITM), Association of Corporate Travel Executives (ACTE), The International Meetings Association (ICCA), International Association of Professional Congress Organizers (IAPCO), Meeting Professional International (MPI), International Association of Convention and Visitors Bureau (IACVB), International Association of Exhibition Managers (IAEM), Society of Incentive Travel Executives (SITE), Асоціація ділового туризму BTA Ukraine.*

1. Розгорнуте обговорення у формі бесіди основних положень теми та питань самостійного вивчення:

1. Характеристика основних груп компаній, професійних організаторів зустрічей, що працюють на міжнародному ринку МІСЕ.
2. Професійні агентства ділового туризму.
3. Основні завдання бізнес-турів.
4. Структура ринку ділових подорожей.
5. Центри світового ділового туризму.

2. Індивідуальне тестування.

3. Практичні завдання.

Завдання 1. Характеристика особливостей роботи центрів ділового туризму у світі.

Завдання 2. Процеси глобалізації у міжнародній індустрії ділового туризму.

Завдання 3. Алгоритм створення продукту ділового туризму. Розкрити роль його учасників: споживачів, постачальників туристських послуг, розпорядників зустрічей, професійні організатори, пакет послуг постачальників і посередників, менеджерів, різного роду посередників тощо).

Завдання 4. Розкрити роль конвент-бюро (спеціалізовані маркетингові компанії), в розвитку ділового туризму у світі.

Завдання 5. Особливості взаємодії між суб'єктами індустрії ділового туризму у світі.

Змістовий модуль 2.

Особливості організації та розвитку виставкової діяльності

Тема 9. Соціально-економічне значення та еволюція виставкової діяльності Семинар – обговорення

План заняття:

1. Сутність і місце виставкової діяльності у світовій туристській індустрії.
2. Специфіка виставкової діяльності в туризмі.
3. Соціально-економічні та політичні передумови розвитку ділового туризму і виставкової діяльності.
4. Географія бізнес-подорожей.
5. Характеристика конгресно-виставкового туризму.

Рекомендовані терміни для укладання термінологічного словника: *виставкова діяльність, ярмаркові заходи, бізнес-подорожі, виставковий туризм.*

1. Розгорнуте обговорення у формі бесіди основних положень теми та питань самостійного вивчення:

1. Еволюція розвитку виставкової діяльності в Україні та світі.
2. Характеристика спеціалізації виставкової діяльності.
3. Основні центри виставкової діяльності кінця ХХ – початку ХХІ століття в Україні.
4. Характеристика змін у виставково-ярмарковій діяльності України при переході до ринкової економіки.
5. Виставкова діяльність як окремий вид підприємницької діяльності.

2. Індивідуальне тестування.

3. Практичні завдання.

Завдання 1. Для визначення середнього обсягу витрат учасників та відвідувачів виставки провести опитування у рамках виставкового заходу.

Завдання 2. На основі аналізу ряду факторів (місця проведення виставкового заходу, походження, термін проведення виставки та ін..) визначити коефіцієнт мультиплікатора виставкової діяльності.

Завдання 3. Розкрити зміст таких основних термінів, як: «виставкова діяльність», «підприємство виставкової діяльності», «виставкові послуги», «виставкові заходи»; «виставкова справа», «виставковий бізнес»; «учасник виставки» та «експонент».

Завдання 4. Аналіз документів правового забезпечення виставкової діяльності в Україні.

Завдання 5. Класифікація учасників виставкових заходів.

Тема 10. Особливості організації виставкової діяльності **Семінар-тренінг**

План заняття:

1. Проектування тур продукту.
2. Організація надання туристичних послуг.
3. Основні етапи проектування музейних експозицій.
4. Наукове і художнє проектування експозиції.

Рекомендовані терміни для укладання термінологічного словника: *виставкова діяльність, суб'єкти виставкової діяльності, проект, проектування експозиції.*

1. Фронтальне та індивідуальне опитування за основними положеннями теми та питаннями самостійного вивчення:

1. Організаційно-економічний механізм управління суб'єктами виставкової діяльності.
2. Організаційна структура управління підприємствами виставкової діяльності.
3. Управління процесом формування та реалізації виставкового продукту.
4. Характеристика трирівневої моделі виставки як товару.
5. Групування супровідних виставкових заходів.

2. Індивідуальне тестування.

3. Практичні завдання.

Завдання 1. Проаналізувати основні етапи процесу формування та реалізації виставкового продукту (етап планування виставки, етап підготовки до виставки, етап проведення виставки, етап підбиття підсумків).

Завдання 2. Проаналізувати супровідні виставкові заходи (публічні, благодійні тощо).

Завдання 3. Характеристика етапів життєвого циклу виставки (впровадження, зростання, зрілість, спад).

Завдання 4. Концепція життєвого циклу виставки як товару.

Завдання 5. Управління якістю виставкових послуг.

Тема 11. Особливості міжнародних виставок у системі туристичного маркетингу **Семінар-бесіда**

План заняття:

1. Перспективи розвитку ділового туризму і виставкової діяльності в Україні.
2. Переміщення товарів через митний кордон. Ввезення і вивезення культурних цінностей. Порядок провезення зразків флори й фауни. Ввезення-вивезення тварин.
3. Виставковий маркетинг у туризмі: зарубіжний та вітчизняний досвід.
4. Типізація стендів на туристично-виставкових заходах.

Рекомендовані терміни для укладання термінологічного словника: *міжнародна виставка, туристичний маркетинг, туристично-виставкові заходи, виставкові стенди.*

1. Розгорнуте обговорення у формі бесіди основних положень теми та питань самостійного вивчення:

1. Охарактеризувати процес та етапи участі турпідприємства в роботі виставок:
 - 1) Прийняття принципового рішення про участь у виставкових заходах.
 - 2) Визначення цілей участі турпідприємства у виставкових заходах.
 - 3) Вибір конкретної виставки та способу участі.
 - 4) Підготовчо-організаційний період.
 - 5) Діяльність під час виставки.
 - 6) Аналіз результатів участі турпідприємства в роботі виставки.
2. Принципи оформлення виставкових експозицій і стендів.
3. Особливості відбору кандидатів на посаду стендистів туристичної фірми.
4. Охарактеризувати основні типи відвідувачів виставок.
5. Охарактеризувати основні функції стендиста.

2. Індивідуальне тестування.

3. Практичні завдання:

Завдання 1. Проаналізувати роботу виставкових заходів, які пов'язані з туризмом і щорічно проходять у світі: туристичні виставки в Брюсселі (1,2 млн. відвідувачів), Мілані та Відні (0,5 млн.), Шарлеруа (0,4 млн.), «Всесвітній тиждень туризму та подорожей» в Парижі (0,2 млн.), «Фітур» у Мадриді (0, 25 млн.) та ін. З великим успіхом проводиться Міжнародний туристичний салон Україна (з 1994 р.) та UITT(Українська індустрія подорожей та туризму), МІТТ – в Москві, CIS Travel Market у Санкт-Петербурзі та ін. Найбільшими міжнародними туристичними біржами є Лондонська (London Travel Market) та Берлінська (ITB);

Завдання 2. Мета роботи Міжнародної асоціації туристичних виставок та ярмарків (ITTFА, International Tourism Trade Fairs Association) з штаб-квартирою в Лондоні;

Завдання 3. Проаналізувати роботу наступних виставок:

- BTL Lisboa Travel Market (Лісабонський турсалон, Португалія);
- МАТКА The Finnish Fair Corporation (Міжнародний фінський ярмарок в Гельсінкі – найбільший в країнах Скандинавії);
- PHILOXENIA - Міжнародна туристична виставка в Салоніках, Греція (з 1985 р.);
- TTG INCONTRI RIMINI FAIR - найважливіша в Італії спеціалізована туристична виставка (в м. Ріміні);
- TUR Swedish Exhibition & Congress Center - найбільша туристична виставка в Скандинавії (м. Гетеборг, Швеція), збирає щорічно понад 2000 експонентів з 100 країн світу;

- VAKANTIE BEURS (м. Утрехт, Голландія) – найбільший турсалон в країнах Бенілюксу (39-й турсалон в 2009 р. зібрав 18 тис. фахівців туристичної галузі на 1600 фірм-експонентів з 160 країн);
- Holiday World (м. Прага, Чехія) – головний турсалон у Центральній Європі, що відбувається щорічно;
- International Fair of Tourism (IFT - м. Белград, Сербія) – Міжнародна туристична виставка, що проводиться разом з виставкою вітрильного спорту в залах Белградського експоцентру загальною площею 15 тис. кв. м.

Тема 12. Робота персоналу тур підприємства під час проведення міжнародної виставки Семінар запитань і відповідей

План заняття:

1. Міжнародні вимоги до організації виставкової діяльності. Оформлення документів про партнерську роботу та з постачальниками.
 2. Безпека ділового туризму і виставкової діяльності.
 3. Правила поведінки в закордонних поїздках.
 4. Правові аспекти закупівлі, перевезення, зберігання та збуту товару.
- Рекомендовані терміни для укладання термінологічного словника: *персонал, туристичне підприємство, міжнародна виставка, міжнародний досвід.*

1. Розгорнуте обговорення у формі бесіди основних положень теми та питань самостійного вивчення:

1. Види послуг в складі виставкового продукту.
2. Ціноутворення в підприємствах виставкової діяльності.
3. Інтернет у виставковому бізнесі.
4. Методи оцінки ефективності управління туристичним підприємством.
5. Міжнародний досвід у розробці безпеки туризму.

2. Індивідуальне тестування.

3. Практичні завдання.

Завдання 1. Проаналізувати інформацію Державної служби статистики України: Статистичний щорічник України, статистичний бюлетень «Виставкова діяльність в Україні».

Завдання 2. Зробити групування статистичних показників розвитку виставкового бізнесу України за класифікаційними ознаками (кількість проведених виставкових заходів, обсяг виставкових площ, кількість учасників та відвідувачів виставкових заходів).

Завдання 3. Зробити класифікацію віртуальних виставок в Україні.

Завдання 4. Зробити аналіз місця сайту віртуальної виставки у пошукових системах.

**ЧАСТИНА 3.
МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ
СТУДЕНТІВ**

Змістовий модуль 1

Теоретичні засади ділового туризму

Тема 1. Характеристика та сутність ділового туризму

Форми контролю: усне опитування, понятійний диктант, індивідуальне тестування.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

Завдання 1. Оберіть певне українське місто, яке ви знаєте, та дайте стислу характеристику виставкової діяльності в цьому місті. Користуйтеся відкритими джерелами (зокрема, Інтернетом). Що можна зробити для подальшого розвитку виставкової діяльності в цьому місті?

Завдання 2. Вивчіть конкретну виставку з близькою вам тематикою на основі її каталогу та веб-сайту. Який формат виставки, її масштаб? Дайте стислу характеристику складу учасників виставки. Дайте стислу характеристику складу відвідувачів. Уявіть себе одним із учасників. Які власні завдання ви могли б вирішити на цій виставці? Уявіть себе одним із відвідувачів. Які власні завдання ви могли б вирішити на цій виставці?

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. В'їзний туризм

- A. подорожі нерезидентів в межах державних кордонів якої-небудь країни
- B. подорожі резидентів однієї країни в яку-небудь іншу країну
- C. подорожі громадян в межах державних кордонів власної країни
- D. всі відповіді вірні

2. Внутрішній туризм

- A. подорожі резидентів однієї країни в яку-небудь іншу країну
- B. подорожі нерезидентів в межах державних кордонів якої-небудь країни
- C. подорожі громадян в межах державних кордонів власної країни
- D. подорожі з метою ознайомлення з природними і історико-культурними пам'ятками

3. Лікувально-оздоровчий туризм

- A. включає поїздки з метою ознайомлення з природними і історико-культурними пам'ятками, музеями, театрами
- B. обумовлений потребою в лікуванні різного роду захворювань і оздоровленні організму після перенесених захворювань
- C. охоплює подорожі із службовими або професійними цілями без отримання доходів за місцем тимчасового перебування
- D. переслідує мету відвідування місця «народження або походження родини»

4. В Україні першим заходом, присвяченим діловому туризму, стала

- A. Всесвітня асоціація виставкової індустрії (UFI)
- B. перша Всесвітня виставка у Лондоні
- C. виставка досягнень народного господарства (ВДНГ)
- D. Міжнародна конференція «MICE Ukraine»

5. Пізнавальний туризм (екскурсійний)

- A. включає поїздки з метою ознайомлення з природними і історико-культурними пам'ятками, музеями, театрами
- B. охоплює подорожі із службовими або професійними цілями без отримання доходів за місцем тимчасового перебування
- C. переслідує мету відвідування місця «народження або походження родини»
- D. всі відповіді вірні

Література:

1. Организация туризма: Учебное пособие /А.П. Дурович, Н.И. Кабушкин, Т.М. Сергеева и др.; Под общ. Ред. Н.И. Кабушкина и др. – Мн.: Новое знание, 2003. – 632с.
2. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні / за ред. В.К. Федорченко. – К.: Юрінком Інтер, 2002. – 635 с.
3. Федорченко В.К., Мініч І.М. Туристський словник-довідник. – К.: Дніпро, 2000.
4. Фастовець О.О. Організація транспортних подорожей і перевезень: Навч. посібник/ О.О. Фастовець; Федерація Профспілок України; Інститут туризму. - К.: Музична Україна, 2003. - 190 с.
5. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії: навч. посіб. / Н.В. Чорненька. – К.: Атіка, 2006. – 254 с.

Тема 2. Особливості підготовки і організації політичного ділового заходу

Форми контролю: усне опитування, понятійний диктант, індивідуальне тестування.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.
2. Самостійно опрацюйте питання:
 1. Охарактеризуйте позитивні й негативні моменти ділової наради.
 2. Передумови успішного проведення ділової зустрічі (стимулювання самовираження співрозмовника).
 3. Особливості проведення нарад різних видів.
 4. Досвід організації ділових зустрічей та політичних ділових заходів (навести приклади).
3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Візит, який реалізується з проведенням усіх церемоніальних почестей як при зустрічі (проводах), так і при проведенні інших заходів, передбачених програмою перебування високого гостя

- A. офіційний
- B. державний
- C. робочий
- D. неофіційний

2. Візит, що має цільове призначення, зокрема участь у переговорах, міжнародних нарадах, консультаціях, конференціях, підписання міжнародного договору або угоди, участь у відкритті національних виставок

- A. робочий
- B. офіційний
- C. неофіційний
- D. державний

3. Візит не передбачає покладання вінків до могили Невідомого солдата, офіційного відвідання театру

- A. офіційний
- B. неофіційний
- C. робочий
- D. державний

4. Традиційна форма дипломатії, яка являє собою наради або зустрічі делегацій різних країн, які скликають з метою вивчення і вирішення проблем

- A. нарада
- B. засідання
- C. конференція
- D. круглий стіл

5. Міжнародні конференції за формою організації і проведення

- A. закриті
- B. середнього рівня
- C. односторонні або багатосторонні
- D. попередні або експертні

Література:

- 1 Большой Глоссарий терминов международного туризма / Под ред. М.Б. Биржакова, В.И. Никифорова. – СПб.: Издательский дом Герда, Невский Фонд, 2002. – 704 с.
- 2 Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія і практика: Навч. Посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 424 с.
- 3 Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. / М.П. Кляп, Ф.Ф. Шандор. – К. : Знання, 2011. – 334 с
- 4 Федорченко В.К. Готельне господарство: основні показники, оцінка якості послуг : навч. посіб. / В.К. Федорченко, І.М. Мініч. – К. : Логос, 1999. – 76 с.

- 5 Федорченко В.К. Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму / В.К. Федорченко. – К. : Слово, 2004 . – 471 с.

Тема 3. Особливості організації і проведення наукових ділових заходів
Форми контролю: усне опитування, понятійний диктант, індивідуальне

тестування.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.
2. Самостійно опрацюйте питання:
 1. Технологія підготовки і проведення нарад.
 2. Основні етапи організації та проведення наукових конференцій.
 3. Зробити методичну розробку проекту проведення наукового заходу в університеті.
 4. Інноваційні підходи до проведення наукових ділових заходів (навести конкретні приклади).
3. Розв'яжіть тестові завдання.
 - 1. Формальна зустріч делегатів, які звичайно відносяться до певної сфери людської діяльності або залучені в спеціальне дослідження в певній сфері для обговорення різних питань**
 - A. конференція
 - B. конгрес
 - C. семінар
 - D. лекція
 - 2. Захід, що супроводжується бесідою в невимушеній обстановці, або формальна зустріч, коли фахівці роблять короткі повідомлення на певну тему або кілька тем, пов'язаних між собою**
 - A. симпозіум
 - B. семінар
 - C. нарада
 - D. конференція
 - 3. У перервах між засіданнями наукових ділових заходів відбувається**
 - A. інструктаж
 - B. оформлення договорів
 - C. кава-брейк
 - D. презентації
 - 4. Вид учбових занять, обговорення учнями (слухачами) під керівництвом викладача підготовлених ними повідомлень і доповідей**
 - A. нарада
 - B. конференція
 - C. семінар

D. лекція

5. До наукових ділових заходів відносяться

A. форум

B. кошторис

C. неформальна зустріч

D. круглий стіл

Література:

1. Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности М.: Финансы и статистика, 2000. - 310 с.
2. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2000. - 320 с
3. Лойко О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство: [Уч. пособие]. – Томск, Изд-во ТПУ, 2005 – 152 с.
4. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг: Геопросторові аспекти. – 2 – ге вид., перероб. Та доп. – К.: Альтерпрес, 2013. – 324 с.
5. Мальська М.П., Антонов Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. – К.: Знання, 2008. – 661 с.
6. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2014. – 232 с.

Тема 4. Особливості організації і проведення комерційних ділових заходів

Форми контролю: усне опитування, понятійний диктант, індивідуальне тестування.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

1. Класифікація комерційних ділових заходів.

2. Проаналізувати сучасний стан комерційних ділових заходів в Україні.

3. Комерційні ділові заходи як форма маркетингових комунікацій.

4. Ділові заходи комерційного характеру в Україні: стан та перспективи.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Відділ підприємства, який займається проведенням рекламних та маркетингових акцій, відповідає за рекламні кампанії та додаткові рекламні послуги

A. комерційний відділ

B. інформаційний відділ

C. відділ маркетингу, реклами й PR

D. технічний відділ

2. Ступінь результативності турпідприємства як відкритої системи, що взаємодіє з зовнішнім середовищем

A. цільовий підхід

B. системний підхід

C. операційний підхід

D. вартісний підхід

3. Ступінь результативності управлінської праці та управлінських рішень на турпідприємстві

A. операційний підхід

B. вартісний підхід

C. системний підхід

D. цільовий підхід

4. Ступінь досягнення підприємством поставлених перед ним цілей, а саме: своєчасність, повнота їх вирішення, відповідність до вимог та обмежень

A. прибутковість

B. дієвість

C. економічність

D. якість

5. Комерційна функція виставкової діяльності

A. укладення угод з метою купівлі або продажу товарів та послуг, а також виконання певних робіт

B. встановлення контактів із потенційними споживачами, з представниками ЗМІ, а також діловими партнерами для подальшого співробітництва

C. формування валового суспільного продукту, національного доходу в країні та доходу від експорту

D. обмін досвідом та ознайомлення з новими досягненнями в галузі виробництва, економіки, науки й техніки

Тема 5. Особливості організації інсентив-турів

Форми контролю: усне опитування, понятійний диктант, індивідуальне тестування.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

1. Країни – постачальники інсентив-туризму.

2. Специфіка обслуговування учасників конгресного туризму.

3. Склад інсентив-груп.

4. Аналіз потоків ділових туристів в Україну.

5. Корпоративні тури.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Переважна форма подорожі на ринку інсентив-туризму

- A. індивідуальна
- B. групова
- C. змішана
- D. регулярна

2. Формальна зустріч делегатів, які звичайно відносяться до певної сфери людської діяльності або залучені в спеціальне дослідження в певній сфері для обговорення різних питань

- A. конференція
- B. конгрес
- C. семінар
- D. лекція

3. Середня тривалість європейських інсентив-турів

- A. 1-3 доби
- B. 3-7 діб
- C. 2-4 доби
- D. 4-6 діб

4. Мотив замовлення інсентива

- A. підготовка виставково-ярмаркових заходів
- B. кошторис організації
- C. демонстрація об'єктів
- D. стимулювання продуктивності праці співробітників, збільшення обсягів продаж за допомогою туристських подорожей

5. Формат інсентив-турів, який використовується для навчання партнерів та просування нових продуктів

- A. індивідуальні тури
- B. виїзні семінари
- C. медична страховка
- D. наукова конференція

Література:

1 Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності: [підручник] / За ред. В. Ф. Орлова / Т. Г. Сокол. - К.: Грамота, 2009. - 264 с.

2 Туризм України: економічні та організаційні механізми розвитку. - Тернопіль, «Терно-граф». - 2008 - 976 с.

3 Тягунова Н. М. Основи організації туристичного бізнесу. Кредитно-модульний курс: [навч. посібник] / Н. М. Тягунова. - К. : Центр учбової літератури, 2014. - 130 с.

4 Федорченко В. Х. Туристський словник-довідник: [навч. посіб.] / В. Х. Федорченко, І. М. Мініч. - К. : Дніпро, 2000. - 54 с.

5 Холловой Дж. К. Туристический бизнес: пер. с 7-го англ. изд. / Дж. К. Холловой, Н. Тейлор. - К. : Знання, 2007. - 798 с.

6 Чорненька Н. Організація туристичної індустрії: [навч. посіб.] / Н. Чорненька. - К. : Центр учбової літератури, 2008. - 388 с.

Тема 6. Особливості обслуговування ділових туристів готельними підприємствами

Форми контролю: усне опитування, понятійний диктант, індивідуальне тестування.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

1) система категоризації готелів за комфортом і призначенням: категорія Luxury (Superior Deluxe, Deluxe, Moderate Deluxe згідно класифікації OHG) – найвищий стандарт якості, що відповідає 5 зіркам або 4 зірки плюс; Superior – підвищена якість послуг для споживачів середнього класу – 4-3 зірки плюс (Superior First Class, First Class, Limited Service First Class за OHG); Value – економічний клас – від скромних 3-зіркових до 1-зіркових готелів з обмеженим сервісом за помірну ціну (за OHG – Moderate First Class, Superior Tourist Class, Tourist Class, Moderate Tourist Class);

2) класифікація готелів за призначенням відповідно до їх ніші на ринку: Style – готелі з власним іміджем (історичні будинки або оригінальний проект); Resort – курортні готелі для відпочинку; Apartment – апартготелі довгострокового проживання; Airport – транзитні готелі для пасажирів, розташовані в аеропорту;

3) ознайомитися з «Проектом єдиної міжнародної класифікації готелів»;

4) визначити основні порівняльні характеристики засобів розміщення за призначенням і дайте характеристику різних типів закладів розміщення за типом клієнтури, метою подорожі, засобами пересування туристів.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Економічна виставка зразків, яка згідно зі звичаями тієї країни, на території якої знаходиться, представляє собою крупний ринок товарів, що діє в встановлені строки впродовж обмеженого часу в одному ж самому місці

- A. конгрес
- B. конференція
- C. форум
- D. ярмарок

2. Виставково-ярмаркові заходи за частотою проведення

- A. щорічні
- B. універсальні
- C. регіональні
- D. інформаційно-ознайомлювальні

3. Виставково-ярмаркові заходи за складом учасників

- A. щорічні
- B. універсальні

- C. регіональні
 - D. інформаційно-ознайомлювальні
- 4. Засоби оформлення стенду виставки**

- A. ігрова демонстрація
- B. анкетування
- C. переговори
- D. фірмові логотипи

5. Статична демонстрація

- A. метод показу експозиції
- B. манекени
- C. фірмові логотипи
- D. засоби оформлення

Література:

1. Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности М.: Финансы и статистика, 2000. - 310 с.
2. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2000. - 320 с
3. Лойко О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство: [Уч. пособие]. – Томск, Изд-во ТПУ, 2005 – 152 с.
4. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг: Геопросторові аспекти. – 2 – ге вид., перероб. Та доп. – К.: Альтерпрес, 2013. – 324 с.
5. Мальська М.П., Антонов Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. – К.: Знання, 2008. – 661 с.
6. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2014. – 232 с.

Тема 7. Особливості спілкування з діловими партнерами

Форми контролю: усне опитування, понятійний диктант, індивідуальне тестування.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.
2. Самостійно опрацюйте питання:
 1. Особливості етики ділового спілкування.
 2. Бізнес-етикет з іноземними партнерами.
 3. Стилi ділового спілкування.
 4. Підготувати мультимедійну презентацію «Етика ділового спілкування».
 5. Спільність і відмінність в поняттях ділового спілкування.
3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Метою ділового спілкування є

- A. організація і оптимізації ділової та іншої діяльності
- B. передавання інформації
- C. передача повноважень підлеглим
- D. всі відповіді вірні

2. Діловий етикет

- A. зібрання запрошених гостей
- B. стиль заохочення
- C. документ для передавання інформації
- D. норми, які регулюють стиль роботи, манери поведінки

3. Формальна зустріч делегатів, які звичайно відносяться до певної сфери людської діяльності або залучені в спеціальне дослідження в певній сфері для обговорення різних питань

- A. конференція
- B. конгрес
- C. семінар
- D. лекція

4. Захід, що супроводжується бесідою в невимушеній обстановці, або формальна зустріч, коли фахівці роблять короткі повідомлення на певну тему або кілька тем, пов'язаних між собою

- A. симпозіум
- B. семінар
- C. нарада
- D. конференція

5. Регламентований порядок зустрічей і проводів делегацій

- A. діловий протокол
- B. діловий прийом
- C. діловий етикет
- D. діловий лист

Література:

1. Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности М.: Финансы и статистика, 2000. - 310 с.
2. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2000. - 320 с
3. Лойко О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство: [Уч. пособие]. – Томск, Изд-во ТПУ, 2005 – 152 с.
4. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг: Геопросторові аспекти. – 2 – ге вид., перероб. Та доп. – К.: Альтерпрес, 2013. – 324 с.
5. Мальська М.П., Антонов Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. – К.: Знання, 2008. – 661 с.
6. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2014. – 232 с.

Тема 8. Аналіз досвіду організації ділового туризму в різних країнах

Форми контролю: усне опитування, понятійний диктант, індивідуальне тестування.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

1. Сучасні тенденції розвитку ділового туризму у світі.

2. Країни, які приймають найбільшу кількість іноземних туристів.

3. Розвиток Європейського туристичного ринку: прогнози та тенденції.

4. Структура світового ділового туризму.

5. Вплив ділового туризму на ефективне управління організацією (на конкретному прикладі роботи туристичного підприємства).

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Внутрішній туризм

A. подорожі резидентів однієї країни в яку-небудь іншу країну

B. подорожі нерезидентів в межах державних кордонів якої-небудь країни

C. подорожі громадян в межах державних кордонів власної країни

D. подорожі з метою ознайомлення з природними і історико-культурними пам'ятками

2. Туристична послуга, що забезпечує задоволення духових, естетичних та інформаційних потреб туриста

A. похід

B. екскурсія

C. подорож

D. туристичний маршрут

3. Туристична література рекламно-інформаційного характеру, яка розрахована на широке поле читачів, називається

A. туристичним бюлетенем

B. туристичним журналом

C. туристичним словником

D. туристичною енциклопедією

4. Туристські відвідування малозмінних або незмінених територій, що володіють унікальними природними й історико-культурними ресурсами, які відповідають основним принципам стійкого розвитку туризму

A. соціальний туризм

B. екологічний туризм

C. паломницький туризм

D. спортивний туризм

5. Тури тривалістю у світловий день

A. сезонний туризм

- В. авіаційний туризм
- С. одноденний туризм
- Д. річковий туризм

Література:

- 1 Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності: [підручник] / За ред. В. Ф. Орлова / Т. Г. Сокол. - К.: Грамота, 2009. - 264 с.
- 2 Туризм України: економічні та організаційні механізми розвитку. - Тернопіль, «Терно-граф». - 2008 - 976 с.
- 3 Тягунова Н. М. Основи організації туристичного бізнесу. Кредитно-модульний курс: [навч. посібник] / Н. М. Тягунова. - К. : Центр учбової літератури, 2014. - 130 с.
- 4 Федорченко В. Х. Туристський словник-довідник: [навч. посіб.] / В. Х. Федорченко, І. М. Мініч. - К. : Дніпро, 2000. - 54 с.
- 5 Холловой Дж. К. Туристический бизнес: пер. с 7-го англ. изд. / Дж. К. Холловой, Н. Тейлор. - К. : Знання, 2007. - 798 с.
- 6 Чорненька Н. Організація туристичної індустрії: [навч. посіб.] / Н. Чорненька. - К. : Центр учбової літератури, 2008. - 388 с.

Змістовий модуль 2.

Особливості організації та розвитку виставкової діяльності

Тема 9. Соціально-економічне значення та еволюція виставкової діяльності

Форми контролю: усне опитування, понятійний диктант, індивідуальне тестування.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) виставкова діяльність як інструмент формування й реалізації макроекономічної політики держави;
- 2) виставки та ярмарки як інструмент інфраструктури товарного ринку;
- 3) характеристика основних функцій виставкової діяльності;
- 4) характеристика ефектів виставкової діяльності;
- 5) мультиплікаційний ефект від проведення виставок.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Один із наймасовіших видів активного відпочинку населення, метою якого є спілкування з природою, знайомство з життям та побутом свого регіону, краю та країни

- А. туристичні мандрівки
- В. категорійні маршрути
- С. некатегорійні походи

D. походи вихідного дня

2. Комплексна багатогранна діяльність, яка охоплює проведення часу на природі, фермі або приватному домогосподарстві

A. екологічний туризм

B. сільський туризм

C. соціальний туризм

D. паломницький туризм

3. Виставково-ярмаркові заходи за складом учасників

- A. щорічні

B. універсальні

C. регіональні

D. інформаційно-ознайомлювальні

4. Візит, який реалізується з проведенням усіх церемоніальних почестей як при зустрічі (проводах), так і при проведенні інших заходів, передбачених програмою перебування високого гостя

A. офіційний

B. державний

C. робочий

D. неофіційний

5. Візит, що має цільове призначення, зокрема участь у переговорах, міжнародних нарадах, консультаціях, конференціях, підписання міжнародного договору або угоди, участь у відкритті національних виставок

A. робочий

B. офіційний

C. неофіційний

D. державний

Література:

1. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18 листопада 2003 р. № 1282 // Урядовий кур'єр. - 2003. - 25 груд. (№ 244) - С. 15-19.

2. Козловський Є. В. Правове регулювання туристичної діяльності: [навч. посіб.] / Є. В. Козловський. - К. : Центр учбової літератури, 2015. - 295 с.

3. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика: [навч. пос.] / М. П. Мальська, В. В. Худо. - К. : Центр учбової літератури, 2007. – 424 с.

4. Туристичне країнознавство. Європа: [навч. посіб.] / М. П. Мальська, М. З. Гамкало, О. Ю. Бордун. - К. : ЦУЛ, 2009. - 224 с.

5. Психологія туризму: [навч. посіб.] / О. П. Крупський, О. В. Шевяков, О. М. Ярошкевич, Н. О. Євдокимова. – Дніпропетровськ: Акцент ПП, 2015. – 194 с.

6. Редько В. Є. Аналіз діяльності підприємств туризму: [навч. посіб.] / В.Є. Редько, К. А. Панасюк. - Дніпропетровськ: Акцент ПП, 2015. - 242 с.

Тема 10. Особливості організації виставкової діяльності

Форми контролю: усне опитування, понятійний диктант, індивідуальне тестування.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) виставково-ярмаркова діяльність як інструмент маркетингу;
- 2) організація виставки і ярмарок у системі маркетингових комунікацій;
- 3) умови організації фахової підготовки кадрів для виставкової індустрії;
- 4) кадровий склад організаторів та осіб, які обслуговують виставки (фахівець з виставкового маркетингу, менеджер виставкової діяльності, виставковий дизайнер, фахівець-стендист);
- 5) естетична та емоційна роль виставки.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Виставково-ярмаркові заходи за частотою проведення

- A. щорічні
- B. універсальні
- C. регіональні
- D. інформаційно-ознайомлювальні

2. Економічна виставка зразків, яка згідно зі звичаями тієї країни, на території якої знаходиться, представляє собою крупний ринок товарів, що діє в встановлені строки впродовж обмеженого часу в одному ж самому місці

- A. ярмарок
- B. форум
- C. конференція
- D. конгрес

3. Виписування рахунків за участь у виставці

- A. етап підготовки
- B. етап проведення
- C. етап планування
- D. етап підбиття підсумків

4. Надання додаткових послуг учасникам та відвідувачам виставки

- A. етап підбиття підсумків
- B. етап підготовки
- C. етап проведення
- D. етап планування

5. Класифікація UFI, пристосована до національних потреб та для опису всіх видів спеціалізованих виставок, включає

- A. 25 класів
- B. 20 класів
- C. 10 класів
- D. 15 класів

Література:

1. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18 листопада 2003 р. № 1282 // Урядовий кур'єр. - 2003. - 25 груд. (№ 244) - С. 15-19.
2. Козловський Є. В. Правове регулювання туристичної діяльності: [навч. посіб.] / Є. В. Козловський. - К. : Центр учбової літератури, 2015. - 295 с.
3. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика: [навч. пос.] / М. П. Мальська, В. В. Худо. - К. : Центр учбової літератури, 2007. – 424 с.
4. Туристичне країнознавство. Європа: [навч. посіб.] / М. П. Мальська, М. З. Гамкало, О. Ю. Бордун. - К. : ЦУЛ, 2009. - 224 с.
5. Психологія туризму: [навч. посіб.] / О. П. Крупський, О. В. Шевяков, О. М. Ярошкевич, Н. О. Євдокимова. – Дніпропетровськ: Акцент ПП, 2015. – 194 с.
6. Редько В. Є. Аналіз діяльності підприємств туризму: [навч. посіб.] / В.Є. Редько, К. А. Панасюк. - Дніпропетровськ: Акцент ПП, 2015. - 242 с.

Тема 11. Особливості міжнародних виставок у системі туристичного маркетингу

Форми контролю: усне опитування, понятійний диктант, індивідуальне тестування.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

- 1) коли в Україні почалася атестація туристичних та готельних підприємств;
- 2) які міжнародні туристично-виставкові заходи відбуваються щорічно в Україні?
- 3) проаналізувати роботу одного з наведених туроператорів – CORAL TRAVEL, ГАМАЛІЯ, М.І.Б.С. Тревел, NORD TRAVEL, NATALY TOURS, АЗІЯ ГРУП, IDRISKA TOUR, KARYA TOUR, OPEN UP, АНЕКСТУР, АНТАРЕС ТУР, АРТЕКС 95, СІТА, ОАЗІС, ПЕГАС ТУРИСТИК, УКРФЕРРІ ТУР, РУАДА, АСНА ТРЕВЕЛ, ФЕЄРІЯ.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Соціальна функція виставкової діяльності

А. обмін досвідом та ознайомлення з новими досягненнями в галузі виробництва, економіки, науки й техніки

В. створення робочих місць завдяки прямій зайнятості у виставкових організаціях та непрямій у підприємствах виставкової інфраструктури

С. укладення угод з метою купівлі або продажу товарів та послуг, а також виконання певних робіт

Д. встановлення контактів із потенційними споживачами, з представниками ЗМІ, а також діловими партнерами

2. Комерційна функція виставкової діяльності

- А. укладення угод з метою купівлі або продажу товарів та послуг, а також виконання певних робіт
- В. встановлення контактів із потенційними споживачами, з представниками ЗМІ, а також діловими партнерами для подальшого співробітництва
- С. формування валового суспільного продукту, національного доходу в країні та доходу від експорту
- Д. обмін досвідом та ознайомлення з новими досягненнями в галузі виробництва, економіки, науки й техніки

3. Виставково-ярмаркові заходи за частотою проведення

- А. щорічні
- В. універсальні
- С. регіональні
- Д. інформаційно-ознайомлювальні

4. Специфічна форма реалізації виставкового продукту на віртуальному ринку послуг

- А. традиційна виставка
- В. спеціалізована виставка
- С. віртуальна виставка
- Д. тимчасова виставка

5. Засоби оформлення стенду виставки

- А. ігрова демонстрація
- В. анкетування
- С. переговори
- Д. фірмові логотипи

Література:

1. Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности М.: Финансы и статистика, 2000. - 310 с.
2. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2000. - 320 с
3. Лойко О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство: [Уч. пособие]. – Томск, Изд-во ТПУ, 2005 – 152 с.
4. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг: Геопросторові аспекти. – 2 – ге вид., перероб. Та доп. – К.: Альтерпрес, 2013. – 324 с.
5. Мальська М.П., Антонов Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. – К.: Знання, 2008. – 661 с.
6. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2014. – 232 с.

Тема 12. Робота персоналу тур підприємства під час проведення міжнародної виставки

Форми контролю: усне опитування, понятійний диктант, індивідуальне тестування.

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

1) охарактеризувати основні етапи участі персоналу туристичного підприємстві у роботі міжнародної виставки;

2) розробка концепції та обсягу участі фірми у роботі виставки;

3) особливості вибору можливого посередника (агента), який надає послуги у забезпеченні участі у міжнародній виставці;

4) визначення розміру необхідних виставкових площ і об'єму різних матеріальних і фінансових ресурсів для організації та участі у виставці;

5) підбір та виготовлення рекламних та інформаційних матеріалів.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Статична демонстрація

A. метод показу експозиції

B. манекени

C. фірмові логотипи

D. засоби оформлення

2. Виставковий продукт

A. суб'єкт господарювання, який надає на підставі договору, укладеного з організатором або розпорядником виставок і ярмарків, послуги з їх організації

B. суб'єкт господарювання будь-якої форми власності, основна діяльність якого пов'язана з організацією та проведенням виставок і ярмарків

C. сукупність речових (предметів споживання) та неречових (у формі послуг) споживних вартостей, які реалізуються організатором виставок для задоволення потреб учасників та відвідувачів виставкових заходів

D. діяльність, спрямована на формування, реалізацію та споживання виставкового продукту шляхом організації виставкових заходів та участі в них

3. Суб'єкт господарювання, який бере на підставі договору, укладеного з організатором або розпорядником виставок та ярмарків, зобов'язання із залучення учасників

A. організатор виставок та ярмарків

B. виставковий центр

C. учасник виставок та ярмарків

D. агент

4. Документ, який визначає основи регулювання виставково-ярмаркової діяльності та основні поняття і терміни, що характеризують цей вид діяльності

A. «Концепція розвитку виставково-ярмаркової діяльності»

B. Закон «Про туризм»

C. Класифікація видів економічної діяльності

Д. Закон України «Про виставкову діяльність»

5. Характерний виставковий продукт

А. послуги оренди виставкової площі та виставкового обладнання, монтажу та демонтажу стенда, проектування ексклюзивних стендів, розміщення інформації у каталозі

В. послуги харчування, візові, митні, перекладу, готельні, транспортно-експедиторські послуги

С. послуги оренди додаткового обладнання, організації участі у діловій або конкурсній програмі виставкових заходів

Д. всі відповіді вірні

Література:

1. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18 листопада 2003 р. № 1282 // Урядовий кур'єр. - 2003. - 25 груд. (№ 244) - С. 15-19.

2. Козловський Є. В. Правове регулювання туристичної діяльності: [навч. посіб.] / Є. В. Козловський. - К. : Центр учбової літератури, 2015. - 295 с.

3. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика: [навч. пос.] / М. П. Мальська, В. В. Худо. - К. : Центр учбової літератури, 2007. – 424 с.

4. Туристичне країнознавство. Європа: [навч. посіб.] / М. П. Мальська, М. З. Гамкало, О. Ю. Бордун. - К. : ЦУЛ, 2009. - 224 с.

5. Психологія туризму: [навч. посіб.] / О. П. Крупський, О. В. Шевяков, О. М. Ярошкевич, Н. О. Євдокимова. – Дніпропетровськ: Акцент ПП, 2015. – 194 с.

6. Редько В. Є. Аналіз діяльності підприємств туризму: [навч. посіб.] / В.Є. Редько, К. А. Панасюк. - Дніпропетровськ: Акцент ПП, 2015. - 242 с.

ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК

Агент – юридична чи фізична особа, яка на основі договору-доручення з організатором (розпорядником) виставки та за комісійну винагороду бере на себе зобов'язання з комплектації виставки учасниками.

Біржа – комерційне виставкове представлення та продаж туристичної продукції. Мета: встановлення контактів та підписання угод. Спосіб: реклама туристичних пропозицій, представлення зразків, підписання угод. Час проведення: коли закінчується або починається активна реклама турів на наступний рік.

Бронювання – попереднє закріплення за певним туристом (пасажиром) або групою туристів (пасажирів) місць у готелях або транспортних засобах, квитків у культурно-видовищні заклади та ін. на конкретні дати.

Бюро обслуговування - бюро при готелі, що здійснює обмін ваучерів на турдокументи, валютно-фінансові операції, пов'язані з перебуванням іноземного туриста в країні, забезпеченням його транспортом і квитками для відвідування культурно-видовищних закладів тощо.

Вартість туру - грошовий вираз туристського обслуговування на маршруті, путівки. Включає аванс і повну вартість туру.

Ваучер туристський - основний документ, що підтверджує туристський статус особи або групи, на підставі якого іноземні туристи - індивідуали та туристські групи приймаються і обслуговуються в Україні, а також вітчизняні туристи - за кордоном.

Віза - спеціальний дозвіл відповідних органів іноземного уряду на в'їзд, виїзд, проживання або проїзд через територію даної держави.

Виставка – ілюстроване представлення туристичного продукту. Мета – інформація споживачів про туристичні пропозиції та гуртовий продаж туристичної продукції. Спосіб – демонстрація пропозицій вітчизняних та закордонних туристичних організацій. Час проведення: 1-2 рази на рік протягом 2-3 днів.

Виставка міжнародна – виставка, в якій не менше ніж 20% експонентів або 4% відвідувачів, або 20% площі експозиції є іноземними.

Гід перекладач - екскурсовод, провідник туристської групи, який вільно володіє мовою країни перебування.

Експозиція – систематизоване розміщення експонатів на виставці (ярмарку).

Експонат – товар чи послуга, що демонструється на виставці.

Експонент – учасник виставки.

Інклюзив тур - найбільш поширений вид індивідуальної чи групової подорожі в організованому туризмі. І.-т. - чітко спланована за маршрутом, часом початку та закінчення поїздки, що включає обов'язковий набір послуг із зазначенням їх вартості та якості.

Діловий туризм - туристична подорож з діловими цілями без отримання доходів за місцем подорожі.

Конференція (конгрес) – демонстрація передового досвіду в сфері туристичної діяльності. Мета: визначення проблем та шляхів їхнього вирішення.

Спосіб: економічні, інформаційно-комунікаційні, науково-практичні конференції (можуть проводитися під час салону, виставки). Час проведення: періодично (щорічно, раз на 2 роки).

Круїз - морська або річкова туристська подорож, як правило, по замкненому колу на одному теплоході за встановленим маршрутом із зупинками в місцях, що викликають певний інтерес у туристів або у відправних пунктах екскурсій.

Організатор виставки – підприємство, яке відповідно до свого статусу займається організацією виставок (ярмарків), бере на себе зобов'язання щодо організації та проведення виставок та несе відповідальність перед учасниками та відвідувачами.

Підрядник – підприємство, яке на основі договору купівлі-продажу чи підряду з організатором, розпорядником або учасником виставки постачає необхідні товари, виконує роботи чи надає послуги, пов'язані з організацією та проведенням виставки.

Площа виставкова відкрита – виставкова площа на відкритих майданчиках.

Площа виставкова демонстраційна – площа виставки, що використовується для проведення особливих показів, конкурсів, семінарів тощо і не належить до території стендів певних експонентів.

Салон – демонстрація туристичних продуктів. Мета – інформація гуртових посередників, встановлення зв'язків між виробниками та продавцями туристичної продукції. Спосіб – надання друкованої реклами, каталогів, пропозицій та заключення угод. Час проведення: періодично (1 раз на рік).

Турмагазин (турмаркет, телемаркет) – спеціалізований заклад з продажу туристичної продукції. Мета: гуртовий та роздрібний продаж, а також інформування споживачів про туристичні пропозиції. Спосіб: продаж власної туристичної продукції та туристичних продуктів інших фірм, надання довідкової інформації клієнтам. Час проведення: постійно чи періодично.

Ярмарок – економічна виставка зразків туристичної продукції. Мета – інформація ринку про туристичні пропозиції та гуртовий продаж туристичної продукції. Спосіб – надання зразків туристичної продукції. Час проведення: у певний термін у певному місці.

Навчальне видання

Богатирьова Галина Андріївна, к.п.н., доцент

Кафедра міжнародної економіки та туризму

ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ ТА ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Методичні рекомендації для вивчення дисципліни

Зведений план 2018 р., поз. № __
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського
50005, Дніпропетровська обл.,
м. Кривий Ріг, вул. Трамвайна, 16б.