



Міжнародний гуманітарний університет
Факультет мистецтва і дизайну
Кафедра дизайну

СИЛАБУС
навчальної дисципліни

ОК.10 ДИЗАЙН ВИСТАВОК ТА МАСОВИХ ЗАХОДІВ

Галузь знань	02 Культура і мистецтво
Спеціальність	022 Дизайн
Назва освітньої програми	Дизайн
Рівень вищої освіти	другий (магістерський) рівень

Розробники і викладачі	Контактний тел.	E-mail
професор, завідувач кафедри дизайну, Заслужений діяч мистецтв України Токарєв Олександр Віталійович	+38067 9094004	studioalt86@gmail.com

1. АНОТАЦІЯ ДО КУРСУ

Дизайн виставок та масових заходів – Участь у виставках і ярмарках, масових заходах (презентаціях, симпозіумах, зборах, мітингах, фестивалях, корпоративних святах) є дієвим засобом комунікаційної політики во внутрішньому і міжнародному маркетингу, стимулюючому просуванню нових ідей, продажу товарів і послуг на зарубіжних ринках, ефективним методом в конкурентній боротьбі.

Виставки і масові заходи це показ і демонстрація інноваційних проєктів і товарів перед фахівцями, споживачами і широкою громадськістю з метою ознайомлення з передовими досягненнями у відповідних галузях і результатами наукового та суспільного прогресу.

Мета та цілі курсу. Мета викладання навчальної дисципліни «Дизайн виставок та масових заходів» є спрямування здобувачів до оформлення власної світоглядної позиції та оволодіння методологією мислення та діяльності, в тому, щоб максимально поширити творчі можливості дизайнера. Виставковий дизайн це потужний маркетинговий інструмент. У бізнесі та рекламі він допомагає провести презентації нових продуктів, організувати промоушен-акції., встановити нові відносини з потенційними партнерами. Основним результатом такої акції є позитивний імідж фірми що бере участь, який залишається після виставки в умах відвідувачів. Саме тому в програмі курсу особлива увага приділяється специфічно експозиційним професійним прийомам адаптованим до завдань що постають в реальній дизайнерській практиці.

Передумови для вивчення дисципліни. При вивченні даного курсу здобувачі спираються на знання, що були отримані на таких дисциплінах як «Проектна графіка», «Сучасні техніки і технології в дизайні» «Комп'ютерне проектування».

2. 2. ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ТА РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ, ЩО ЗАБЕЗПЕЧУЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА

У процесі реалізації програми дисципліни «Дизайн виставок та масових заходів» формуються наступні компетентності із передбачених освітньою програмою:

Інтегральна компетентність (ІК): Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі музичної професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій в теорії, історії музики, у педагогіці, виконавстві та характеризується невизначеністю умов і вимог.

Загальні компетентності (ЗК)

ЗК 1. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК 3. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК 5. Здатність розробляти та керувати проектами.

ЗК 6. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо

Спеціальні (фахові) компетентності

СК 1. Здатність здійснювати концептуальне проектування об'єктів дизайну з урахуванням функціональних, технічних, технологічних, екологічних та естетичних вимог у сфері дизайну.

СК 2. Здатність проведення проектного аналізу усіх впливових чинників і складових проектування та формування авторської концепції проекту.

СК 3. Здатність розуміти і використовувати причинно-наслідкові зв'язки у розвитку дизайну та сучасних видів мистецтв.

СК 9. Здатність створювати затребуваний на ринку та суспільно відповідальний продукт дизайну (товари і послуги).

СК 10. Вміння переконливо демонструвати споживачу привабливу культурну цінність та економічну вартість створеного креативного продукту

Навчальна дисципліна «Дизайн виставок та масових заходів» забезпечує досягнення програмних результатів навчання (ПРН), передбачених освітньою програмою:

ПРН 1. Генерувати ідеї для вироблення креативних дизайн-пропозицій, вибудовувати якісну та розгалужену систему комунікацій, застосовувати основні концепції візуальної комунікації у мистецькій та культурній сферах.

ПРН 3. Обирати певну модель поведінки при спілкуванні з представниками інших професійних груп різного рівня.

ПРН 5. Розробляти, формувати та контролювати основні етапи виконання проекту.

ПРН 6. Формувати проектні складові у межах проектних концепцій; володіти художніми та мистецькими формами соціальної відповідальності.

ПРН 7. Критично осмислювати теорії, принципи, методи та поняття з різних предметних галузей для розв'язання завдань і проблем у галузі дизайну.

ПРН 8. Здійснювати передпроектний аналіз із урахуванням усіх вагомих чинників, що впливають на об'єкт проектування; формулювати авторську концепцію проекту.

ПРН 9. Застосовувати методику концептуального проектування та здійснювати процес проектування з урахуванням сучасних технологій і конструктивних вирішень, а також функціональних та естетичних вимог до об'єкта дизайну.

ПРН 10. Критично опрацьовувати художньо-проектний доробок українських і зарубіжних фахівців, застосовувати сучасні методики та технології наукового аналізу для формування авторської концепції, пошуку українського національного стилю.

ПРН 11. Визначати естетичні проблеми дизайнерських шкіл та напрямків з урахуванням генезису сучасного художнього процесу в дизайні; мати синтетичне уявлення щодо історії формування сучасної візуальної культури.

- ПРН 12. Володіти базовими методиками захисту інтелектуальної власності; застосовувати правила оформлення прав інтелектуальної власності.
- ПРН 14. Застосовувати інноваційні методи і технології роботи з матеріалом у сфері дизайну..
- ПРН 17. Управляти процесом вироблення продукту дизайну (товарів і послуг) на різних етапах брендингу та ребрендингу у сфері дизайну..
- ПРН 18. Планувати професійну діяльність у сфері дизайну відповідно до потреб і запитів суспільства та ринку; провадити підприємницьку діяльність у сфері дизайну

Заплановані результати навчання за навчальною дисципліною

Знання:

1. основних методів проектування об'ємної форми засобами електронних графічних редакторів, застосування зорової та архітектурної перспективи, розуміння ролі й значення світла і кольору у проєкті ;
2. конструктивної основи та як зображувати пластичну структуру предмета на площині;
3. загальних законів ергономіки і масштабування.
4. професійних прийомів при виконанні творчих завдань;
5. досвіду творчого підходу до розвитку сучасної поліграфічного мистецтва;
6. маркетингової значності і відповідальності дизайнера за імідж бренду, свого місця в сфері певної професійної діяльності

Розуміння:

1. складових частин художнього проектування, та зв'язків кожної галузі дизайну з іншими науками
2. ролі та відповідальності дизайнера у створенні гармонічного середовища, взаємозв'язку та взаємовідношення духовного і тілесного, біологічного і соціального начала в людині, умов формування особистості, її свободи, відповідальності за збереження життя, природи, культури

Застосування знань (вміння):

1. Переконливо формулювати концепцію виставкової рекламної політики.
2. Доботно і логічно спроєктувати експозиційну подачу просуваного продукту.
3. Детально проробити об'єкт;
4. Виявити об'ємну форму об'єкту, та співвідношення світла та тіні, колористику, а також матеріалу фактури засобами конструктивно-тональної побудови;
5. Виявлення смислових і просторових співвідношень у розташування предметів;
6. Володіння графічними техніками виконання проєкту;
7. Мислити на теоретичному рівні, володіти методами пізнання та творчої діяльності;
8. Творчо, критично осмислювати явища і процеси навколишньої дійсності, конструктивно і аргументовано відстоювати та захищати власні світоглядні переконання, життєву і громадянську позицію;
9. Практично застосовувати отриманні знання для вирішення професійних завдань, розробки соціальних, економічних та інших проєктів, організації відношень між людьми;
10. Вести діалог як засіб вирішення сучасних соціальних, етичних, екологічних та інших проблем.

3. ОБСЯГ ТА ОЗНАКИ КУРСУ

Загалом		Вид заняття (денне відділення)			Ознаки курсу		
ЄКТС	годин	Лекційні заняття	Практичні заняття	Самостійна робота	Курс, (рік навчання)	Семестр	Обов'язкова / вибіркова
4	120	14	42	64	1	2	Обов'язкова

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
	денна форма				
	Усього	у тому числі			
Лекції		Практичні, семінарські	Лабораторні	Самостійна робота	
Модуль 1. Дизайн виставок та масових заходів:					
Тема 1. Соціально-економічне значення та еволюція виставково-презентаційної діяльності	17	2	6	-	9
Тема 2. Класифікація виставкових та масових заходів	17	2	6	-	9
Тема 3. Тенденції розвитку виставкового бізнесу. Світовий досвід організації виставок та масових заходів	17	2	6	-	9
Тема 4. Інтернет-технології у виставковому бізнесі	17	2	6	-	9
Тема 5. Планування і організація участі підприємства у виставкових заходах	17	2	6	-	9
Тема 6. Виставково-презентаційне обладнання і дизайн масових заходів	17	2	6	-	9
Тема 7. Розробка концепції власного виставкового проєкту	18	2	6	-	10
Усього годин	120	14	42	-	64

5. ТЕХНІЧНЕ Й ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ / ОБЛАДНАННЯ

Дисципліна «Дизайн виставок та масових заходів» забезпечена навчально-методичним матеріалом за темами для виконання практичної та самостійної роботи, методичними рекомендаціями до виконання завдань, рекомендованою (основною і додатковою) літературою, зокрема в електронному вигляді, розроблені критерії оцінювання. Освітній процес відбувається в аудиторіях, що забезпечені доступом до Інтернет-мережі з використанням сучасного інформаційно-комунікаційного обладнання (комп'ютери, мультимедійна дошка, проектор), інформаційних систем (веб-сайт університету, он-лайн сервіс і ресурси бібліотечних каталогів, репозитарій).

6. САМОСТІЙНА РОБОТА

До самостійної роботи здобувачів щодо вивчення дисципліни «Менеджмент в галузі мистецтва» включаються:

1. Опрацювання інформаційних джерел відповідно до зазначених у програмі тем.
2. Виконання завдань до практичних, семінарських занять.
3. Опрацювання матеріалу, що винесений на самостійне вивчення.
4. Виконання індивідуального навчально-дослідного завдання.
5. Підготовка до підсумкового контролю.

Тематика та питання до самостійної підготовки та індивідуальних завдань

№ з/п	Назва теми	Кількість годин денна форма
1	<p>Тема 1. Соціально-економічне значення та еволюція виставково-презентаційної діяльності</p> <p>Питання: Характеристика основних функцій виставкової діяльності. Складові елементи MICE-індустрії. Еволюція розвитку виставкової діяльності. Значення ярмарків. Спеціалізація виставкової діяльності. Визначення поняття «виставка». Визначення поняття «масові заходи». Основні поняття виставкової діяльності. Поняття та визначення основних суб'єктів виставкового бізнесу. Туристичний потенціал Одещини на виставках.</p>	9
2	<p>Тема 2. Класифікація виставкових та масових заходів</p> <p>Питання: Класифікація учасників виставкових заходів. Узагальнена класифікація відвідувачів виставкових заходів. Характерний виставковий продукт. Супутній виставковий продукт. Додатковий виставковий продукт. Класифікація виставкових заходів за: тематикою, територіальною ознакою, джерелом фінансування, географічним складом учасників, цільовою аудиторією, періодичністю проведення, тривалістю функціонування, галузевою ознакою, формою проведення. Класифікація виставок UFI. Всесвітні виставки «EXPO».</p>	9
3	<p>Тема 3. Тенденції розвитку виставкового бізнесу. Світовий досвід організації виставок та масових заходів</p> <p>Питання: Динаміка кількості підприємств виставкової діяльності в Україні. Динаміка кількості виставкових заходів, проведених підприємствами виставкової діяльності України. Основні тенденції розвитку виставкового бізнесу в Україні. Павільйон України на виставці ЕКСПО2020 в Дубаї. Характеристика виставкових центрів України, що відповідають міжнародним стандартам. Виставка як окрема подія. Виставка як частина фестивалю. Найуспішніші виставки в історії. Основні сучасні виставкові події світу. Найвідоміші виставкові майданчики світу. Календар Всесвітніх виставок. Головні виставкові події України..</p>	9
4	<p>Тема 4. Інтернет-технології у виставковому бізнесі</p> <p>Питання: Віртуальна виставка Переваги віртуальних виставок над реальними. Класифікація віртуальних виставок. Етапи управління виробництвом та реалізацією віртуального виставкового продукту. Показники інтенсивності відвідування віртуальної виставки. Рейтинг країн з найкраще розвиненою ІТ-інфраструктурою. Групування сайтів виставкової діяльності. Алгоритм розрахунку показника результативності просування віртуальних виставок у мережі Інтернет</p>	9
5	<p>Тема 5. Планування і організація участі підприємства у виставкових заходах</p> <p>Питання: Загальні вимоги до проведення виставок. Характеристика сучасних виставкових центрів. Прийняття рішення щодо участі підприємства у виставці: цілі участі, критерії вибору виставки та способи участі експонентів. Організація участі підприємства у роботі виставки: основні етапи та особливості планування Аналіз виставкового ринку і вибір виставок. Формат виставок. Масштаб виставок. Вибір виставок. Форми участі у виставці. Організація роботи експонента з засобами масової інформації. Мотивування відвідувачів виставки.</p>	9

6	Тема 6. Виставково-презентаційне обладнання і дизайн масових заходів Питання: Робота з виставковою локацією. Освітлення та технічне забезпечення локації. Створення конструкції стенду. Підходи до створення виставкового стенду, їхні переваги та недоліки. Види стендів. Підбір виставкового обладнання. Елементи 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. Монтаж і демонтаж експозиції. Техніка безпеки на виставці	9
7	Тема 7. Розробка концепції власного виставкового проєкту Питання. Вибір виставки для участі. Визначення цілей участі у виставці. Формування бюджету виставки. Підготовка до виставки. Розробка проєкту виставкового стенду. Підготовка експонатів. Підготовка супровідних матеріалів. Оцінка необхідної площі стенду. Вибір місця розташування і типу виставкового стенду. Проектування експозиції. Експозиційна зона. Офісна зона. Господарська зона. Вибір експонатів і виставкової програми. Підготовка експонатів до виставки. Стендовий персонал і виставкова комунікація. Підбір персоналу. Відкриття виставки. Робота з відвідувачами виставки. Форма аналізу відвідувачів виставкового стенду.	10
Всього		64

7. ВИДИ ТА МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Робоча програма навчальної дисципліни передбачає наступні види та методи контролю:

Види контролю	Складові оцінювання
поточний контроль , який здійснюється у ході: відповідей на практичних заняттях; представлення власного бачення рішення теми індивідуальних завдань; участі в дискусіях на практичних заняттях; проведення консультацій та відпрацювання.	60%
Індивідуальне навчально-дослідне завдання (проєкт)	20%
підсумковий контроль , який здійснюється у ході проведення екзамену.	20%

Методи діагностики знань (контролю)	спостереження за навчальною діяльністю здобувача; фронтальне опитування; доповідь, реферати, усне повідомлення, індивідуальне опитування; робота у групах; екзамен.
--	---

ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ

1. Соціально-економічне значення виставково-презентаційної діяльності
2. Характеристика основних функцій виставкової діяльності.
3. Еволюція розвитку виставкової діяльності.
4. Спеціалізація виставкової діяльності.
5. Визначення поняття «виставка».
6. Визначення поняття «масові заходи».
7. Основні поняття виставкової діяльності.
8. Поняття та визначення основних суб'єктів виставкового бізнесу.
9. Туристичний потенціал Одещини на виставках
10. Класифікація учасників виставкових заходів.
11. Узагальнена класифікація відвідувачів виставкових заходів.
12. Характерний виставковий продукт.
13. Супутній виставковий продукт.
14. Додатковий виставковий продукт.
15. Класифікація виставкових заходів за: тематикою, територіальною ознакою, джерелом фінансування, географічним складом учасників, цільовою аудиторією, періодичністю проведення, тривалістю функціонування, галузевою ознакою, формою проведення.
16. Класифікація виставок UFI. Всесвітні виставки «EXPO».
17. Динаміка кількості підприємств виставкової діяльності в Україні. Динаміка кількості виставкових заходів, проведених підприємствами виставкової діяльності України.
18. Основні тенденції розвитку виставкового бізнесу в Україні.
19. Павільйон України на виставці ЕКСПО2020 в Дубаї. Характеристика виставкових центрів України, що відповідають міжнародним стандартам.
20. Виставка як окрема подія.
21. Виставка як частина фестивалю.
22. Найуспішніші виставки в історії.
23. Основні сучасні виставкові події світу. Найвідоміші виставкові майданчики світу.
24. Календар Всесвітніх виставок. Головні виставкові події України.
25. Віртуальна виставка. Переваги віртуальних виставок над реальними. Рейтинг країн з найкраще розвиненою ІТ-інфраструктурою.
26. Класифікація віртуальних виставок.
27. Етапи управління виробництвом та реалізацією віртуального виставкового продукту.
28. Показники інтенсивності відвідування віртуальної виставки.
29. Групування сайтів виставкової діяльності.
30. Алгоритм розрахунку показника результативності просування віртуальних виставок у мережі Інтернет.
31. Загальні вимоги до проведення виставок. Аналіз виставкового ринку і вибір виставок.

32. Характеристика сучасних виставкових центрів.
33. Прийняття рішення щодо участі підприємства у виставці: цілі участі, критерії вибору виставки та способи участі експонентів.
34. Організація участі підприємства у роботі виставки: основні етапи та особливості планування.
35. Формат виставок.
36. Масштаб виставок.
37. Форми участі у виставці.
38. Організація роботи експонента з засобами масової інформації.
39. Мотивування відвідувачів виставки.
40. Робота з виставковою локацією. Види стендів.
41. Освітлення та технічне забезпечення локації. Створення конструкції стенду.
42. Підбір виставкового обладнання. Елементи виставкового обладнання.
43. Підходи до створення виставкового стенду, їхні переваги та недоліки.
44. Види та організаційна побудова стендів.
45. Оформлення стенду. Рекламно-дизайнерські прийоми. Eye-stopper.
46. Зміст та особливості виставкових стендів. План виставки.
47. Колір у виставковій рекламній діяльності.
48. Монтаж і демонтаж експозиції. Техніка безпеки на виставці.
49. Вибір виставки для участі. Визначення цілей участі у виставці. Формування бюджету виставки.
50. Підготовка до виставки. Розробка проєкту виставкового стенду. Підготовка експонатів. Підготовка супровідних матеріалів.
51. Оцінка необхідної площі стенду. Вибір місця розташування і типу виставкового стенду.
52. Проектування експозиції. Експозиційна зона. Офісна зона. Господарська зона.
53. Вибір експонатів і виставкової програми. Підготовка експонатів до виставки.
54. Стендовий персонал і виставкова комунікація. Підбір персоналу. Відкриття виставки.

9. КРИТЕРІЇ ПІДСУМКОВОЇ ОЦІНКИ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ (ДЛЯ ЕКЗАМЕНУ)

Рівень знань оцінюється:

- «відмінно» А – від 90 до 100 балів. Здобувач виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно знаходити та опрацьовувати необхідну інформацію, демонструє знання матеріалу, проводить узагальнення і висновки. Був присутній на лекціях та семінарських заняттях, під час яких давав вичерпні, обґрунтовані, теоретично і практично правильні відповіді, має конспект з виконаними завданнями до самостійної роботи, презентував реферат (есе) за заданою тематикою, проявляє активність і творчість у науково-дослідній роботі;

- «добре» В – від 82 до 89 балів. Здобувач володіє знаннями матеріалу, але допускає незначні помилки у формуванні термінів, категорій, проте за допомогою викладача швидко орієнтується і знаходить правильні відповіді. Був присутній на лекціях та семінарських заняттях, має конспект з виконаними завданнями до самостійної роботи, презентував реферат (есе) за заданою тематикою, проявляє активність і творчість у науково-дослідній роботі;

- «добре» С – від 74 до 81 балів. Здобувач відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, з допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, але дає недостатньо обґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає помилки. При цьому враховується наявність конспекту з виконаними завданнями до самостійної роботи, реферату та активність у науково-дослідній роботі;

- «задовільно» D – від 64 до 73 балів. Здобувач був присутній не на всіх лекціях та семінарських заняттях, володіє навчальним матеріалом на середньому рівні, допускає помилки, серед яких є значна кількість суттєвих. При цьому враховується наявність конспекту з виконаними завданнями до самостійної роботи, рефератів (есе);

- «задовільно» E – від 60 до 63 балів. Здобувач був присутній не на всіх лекціях та семінарських заняттях, володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні, на всі запитання дає необґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає помилки, має неповний конспект з завданнями до самостійної роботи.

- «незадовільно з можливістю повторного складання» FX – від 35 до 59 балів. Здобувач володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу.

- «незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни» F – від 0 до 34 балів. Здобувач не володіє навчальним матеріалом.

Таблиця відповідності результатів контролю знань за різними шкалами

100-бальною шкалою	Шкала за ECTS	За національною шкалою	
		екзамен	залік
90-100 (10-12)	A	Відмінно	зараховано
82-89 (8-9)	B	Добре	
74-81(6-7)	C		
64-73 (5)	D	Задовільно	не зараховано
60-63 (4)	E		
35-59 (3)	FX	незадовільно	

10. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Вдовічен А. А., Вдовічена О. Г. Організація виставкової діяльності : навчальний посібник. Чернівці : Технодрук, 2018. 264 с.
2. Лукашова Л. В. Організація виставкової діяльності : навч. посіб. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2009. 372 с.
3. Пекар В. Основи виставкової діяльності : навчальний посібник. Київ : Євроіндекс, 2009. 348 с.
4. Ткаченко Т. І., Дупляк Т. П. Виставковий бізнес : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 244 с.

Додаткова

5. Концепція розвитку виставкової діяльності : Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24 липня 2003 р. № 459-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/2319267>
6. Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні : Постанова Кабінету Міністрів України №1065 від 22.08.2007. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1065-2007- %D0%BF#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1065-2007-%D0%BF#Text).
7. Про затвердження Рекомендацій з питань проведення виставок і ярмарків в Україні та організації національних експозицій України на міжнародних виставках і ярмарках за кордоном з частковим фінансуванням витрат за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів, які спрямовуються на виставково-ярмаркову діяльність : Наказ Міністерства економіки України №546 від 04.06.2009 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0546665-09#Text>
8. Міжнародний стандарт ISO 25639-1:2008 Exhibitions, shows, fairs and conventions / Виставки, ярмарки, конгреси. URL: <https://www.iso.org/standard/43909.html>
9. Яковишина М. С., Стасюк Л. П. Кіно і література як інструменти створення образу туристично привабливої дестинації. Туризм: наука, освіта, практика : матер. міжн. наук.- практ. конф. з нагоди 50-ої річн. створ. Рівнен. відділу Укр. геогр. тов. у Націон. універс. водн. госп. та природокор. Рівне. 2020. С. 173-176.
10. Михайлишин О. Архітектура комплексу Волинських торгів 1930-1938 років у Рівному: європейський контекст та сила традиції. Архітектурна спадщина Волині : Збірка наукових праць. Випуск 4. 2014. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Mykhailyshyn_Olha/Arkhitektura_kompleksu_Volynskykh_Torhiv_1930-1938_rokiv_u_Rivnomu_ievropeyskyi_kontekst_ta_syla_tra.pdf?

Інформаційні ресурси

11. Виставковий центр. Туризм. Дія. Бізнес. : портал державних послуг. URL: <https://business.dia.gov.ua/idea/turizm/vistavkovij-centr>
12. ЕКСПО2020 : Україна. URL: <https://expo2020.gov.ua/pavilyon.html>
13. BIE - Bureau International des Expositions / Міжнародне бюро виставок. URL: <https://www.bieparis.org/site/en/>
14. ЕХНІВІТОР : Best Practices in Trade Show and Event Marketing. URL: <https://www.exhibitoronline.com/topics/article.asp?ID=3298&catID=71>
15. Top 20 Largest and Greatest Convention Centers in the World /Топ-20 найбільших і найбільших конференц-центрів у світі: <https://tradefest.io/en/blog/post/top-20-largest-andgreatest-event-venue-in-the-world-2>
16. Міжнародна виставка готельної та ресторанної індустрії в Італії Hospitality – Il Salone dell’ Accoglienza <https://hospitalityriva.it/it>, <https://horeca-online.com/the-future-of-hospitality-willmeet-at-hospitality-2022/>
17. Міжнародна виставка у Греції HoReCa. URL: <https://horecaexpo.gr/en/visitors/exhibitionproduct-categories/>
18. Міжнародна виставка обладнання для готелів і громадського харчування у Польщі (Краків). URL: <https://horeca.krakow.pl/en>
19. Державне агентство розвитку туризму. ДАРТ. URL : <https://www.tourism.gov.ua/>
20. Державний комітет статистики України URL : <https://ukrstat.gov.ua/>
21. Національна туристична організація України. URL: <https://www.ntoukraine.org/>
22. Наукова бібліотека НУВГП (м. Рівне, вул. Олекси Новака, 75) URL : <https://lib.nuwm.edu.ua/> (інформаційні ресурси у цифровому репозиторії).
23. Національна бібліотека ім. В. І. Вернадського. URL : <http://www.nbu.gov.ua/>
24. Обласна наукова бібліотека (м. Рівне, майдан Короленка, 6) URL : <http://lib.rv.ua/>
25. UNWTO Tourism Highlights. URL: <https://www.e-unwto.org/>