

## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ВИСТАВКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ



|                       |                                                                                                 |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ступінь освіти        | Бакалавр                                                                                        |
| Освітня програма      | Економіка, Маркетинг, Туризм, Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії |
| Тривалість викладання | VII семестр (13-14 чверті)                                                                      |
| Заняття:              |                                                                                                 |
| Лекції                | 2 години на тиждень                                                                             |
| Практичні             | 2 год/тижд (13 чв.)<br>1 год/тижд (14 чв)                                                       |
| Мова викладання       | українська                                                                                      |

Кафедра, що викладає: Маркетингу

Сторінка курсу в СДО НТУ «ДП»: <https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=5374>

Консультації: за окремим розкладом, погодженим зі здобувачами вищої освіти

Онлайн-консультації: Microsoft Teams – група «Виставкова діяльність»

Інформація про викладача:



**Шинкаренко Наталія Валентинівна**

доцент, кандидат економічних наук

Персональна сторінка:

<https://mk.nmu.org.ua/ua/kaff/shinkarenko.php>

Е-mail:

[Shynkarenko.N.V@nmu.one](mailto:Shynkarenko.N.V@nmu.one)

### 1. Анотація до курсу

**Виставкова діяльність.** Дисципліна «Виставкова діяльність як інструмент комунікаційної діяльності підприємства» спрямована на формування у здобувачів вищої освіти розуміння виставок і ярмарків як ефективного засобу маркетингових і PR-комунікацій. Курс розкриває роль виставкових заходів у формуванні іміджу бренду, налагодженні ділових контактів, презентації продуктів і послуг, взаємодії з цільовими аудиторіями та партнерами. Особлива увага приділяється плануванню, організації та оцінюванню комунікаційної

ефективності виставкових проєктів з урахуванням сучасних медіаформатів і цифрових технологій.

## **2. Мета та завдання навчальної дисципліни**

**Метою дисципліни** є формування у здобувачів вищої освіти системних знань і практичних навичок щодо використання виставкової діяльності як ефективного інструменту маркетингових і PR-комунікацій підприємства, а також розвиток здатності планувати, організовувати та оцінювати комунікаційну ефективність виставкових заходів у сучасному медіасередовищі.

### **Завдання курсу:**

- ознайомлення здобувачів освіти з теоретичними засадами виставкової діяльності та її роллю в системі комунікацій підприємства;
- формування розуміння типології виставок і ярмарків, їх функцій та місця в маркетинговій і PR-стратегії організації;
- набуття навичок планування, організації та реалізації виставкових проєктів з урахуванням комунікаційних цілей підприємства;
- розвиток умінь формувати комунікаційні повідомлення, працювати з цільовими аудиторіями, партнерами та медіа в межах виставкових заходів;
- опанування методів оцінювання ефективності виставкової діяльності та аналізу її впливу на імідж і репутацію підприємства;
- формування відповідального ставлення до етичних, правових і міжкультурних аспектів виставкової комунікації.

## **3. Результати навчання:**

- знати сучасні тенденції розвитку у сфері виставкової діяльності як складової системи маркетингових і PR-комунікацій підприємства; специфічні риси підготовки та проведення виставок в Україні з урахуванням професійної етики та соціальної відповідальності;
- знати класифікацію виставок за тематикою, статусом і джерелами фінансування та розуміти їх комунікаційні можливості для різних цільових аудиторій з дотриманням етичних норм ділової комунікації;
- вміти організовувати виставки, оцінювати відповідність виставок їх тематиці й комунікаційним цілям підприємства, а також планувати комунікаційні заходи відповідно до стадій виставкового процесу;
- знати вимоги до оформлення виставкових площ і стендів та принципи побудови експозиції як засобу візуальної та бренд-комунікації, а також особливості організації додаткових комунікаційних заходів;
- вміти оцінювати ефективність участі підприємства у виставці з позицій досягнення комунікаційних, іміджевих і маркетингових результатів;
- вміти застосовувати на практиці цифрові технології при організації виставкової діяльності у віртуальному просторі, забезпечуючи етичну взаємодію з аудиторіями та відповідальне використання цифрових інструментів.

## **4. Структура курсу**

### **Тема 1. Основи виставкової діяльності. Генезис виставкової справи.**

- 1.1. Предмет, значення і завдання курсу.
- 1.2. Основні визначення та поняття. Сутність понять «виставка», «виставка-ярмарок», «освітня виставка», «експонент», «експонат», «стенд», «стендист»
- 1.3. Історія виставково-ярмаркової діяльності: від Середньовіччя до сучасності.
- 1.4. Правовий статус виставкової справи. Професійна етика та соціальна відповідальність у виставковій діяльності.
- 1.5. Сучасний стан виставкової діяльності в Україні та світі.

### **Тема 2. Організаційні форми виставкової діяльності.**

- 2.1. Принципи та критерії класифікації виставок та ярмарок.
- 2.2. Типи виставок: характеристика і особливості організації.
- 2.3. Класифікація виставок за тематикою.
- 2.4. Міжнародний класифікатор виставок за тематикою. Етичні стандарти взаємодії учасників виставкового процесу

### **Тема 3. Виставка в системі інформаційної діяльності підприємства та маркетингових комунікацій.**

- 3.1. Розробка плану участі у виставці. Вибір виставки.
- 3.2. Визначення мети участі у виставці та критеріїв її досягнення
- 3.3. Стадії виставкової діяльності. Система маркетингових комунікацій у виставковій індустрії
- 3.4. Управління відносинами з клієнтами, вивчення ринку, зв'язків з громадськістю тощо.
- 3.5. Виставки як інструмент стратегії CRM.

### **Тема 4. Планування виставкової діяльності підприємства.**

- 4.1. Розмір, розташування та тип виставкових площ. Вартість участі у виставці. Складання бюджету виставки.
- 4.2. Принципи побудови експозиції. Облаштування експозиційної, офісної та господарської зони.
- 4.3. Підходи до створення виставкового стенду, виставкове обладнання.
- 4.4. Особливості підготовки фахівців з виставкової діяльності.

### **Тема 5. Комунікації на виставці.**

- 5.1. Комунікаційна підтримка участі у виставці. Реклама у ЗМІ та Інтернеті
- 5.2. Створення каталогу виставки. Спонсорство і бренд-програми.
- 5.3. Проведення промо-акцій та маркетингових досліджень на виставці.
- 5.4. Організація супутніх заходів під час виставки. Технічне забезпечення заходів.

### **Тема 6. Після виставкова стадія. Оцінка ефективності участі у виставці.**

- 6.1. Контакт з клієнтами після виставки, підведення підсумків та результатів виставкових заходів.
- 6.2. Оцінка ефективності виставкового заходу.
- 6.3. Врахування зауважень, плюсів та мінусів.

### **Тема 7. Цифровий формат віртуальних виставок.**

- 7.1. Основні переваги віртуальних виставок. Віртуальні стенди.
- 7.2. Тенденції прояву цифрових технологій при організації віртуальних виставок у сфері культури.

7.3. Простір сучасного інформаційного підприємства: внутрішні системи (CRM, медіа архіви), експозиційні технології, зовнішні системи (електронні видання, мобільні додатки, віртуалізація експозицій та виставок: AR та VR). Цифровий формат віртуальних виставок: організація, комунікації та відповідальне використання цифрових інструментів

### ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ

1. Основи виставкової діяльності. Генезис виставкової справи.
2. Організаційні форми виставкової діяльності.
3. Виставка в системі інформаційної діяльності підприємства та маркетингових комунікацій.
4. Планування виставкової діяльності підприємства. Довиставковий етап.
5. Етап участі підприємства у виставці. Комунікації на виставці.
6. Після виставкова стадія. Оцінка ефективності участі у виставці.
7. Цифровий формат віртуальних виставок.

#### *Інформація для студентів заочної форми навчання.*

На сайті університету знаходиться графік навчального процесу. Протягом року передбачено заняття з викладачем у кількості 6 год лекційних та 6 год практичних занять.

Решту практичних завдань студент опановує самостійно. Виконані завдання практичних занять здаються за 2 тижні до сесії згідно графіку навчального процесу. Умови завдань знаходяться на сторінці курсу на платформі Moodle. Виконання комплексної контрольної роботи для студентів заочної форми навчання є обов'язковим. Підсумкова оцінка за дисципліну дорівнює середньому суми оцінок за контрольну роботу, аудиторні заняття та комплексну контрольну роботу.

### 5. Технічне обладнання та/або програмне забезпечення\*

На навчальних заняттях студенти повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom; інстальований на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Office365. При виконанні практичних та самостійних завдань студенти використовують графічний безкоштовний доступ до застосунку Canva.

### 6. Система оцінювання та вимоги

6.1. Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення курсу оцінюватимуться за шкалою, що наведена нижче:

| Рейтингова шкала | Інституційна шкала |
|------------------|--------------------|
| 90 – 100         | відмінно           |
| 75-89            | добре              |
| 60-74            | задовільно         |
| 0-59             | незадовільно       |

6.2. Здобувачі вищої освіти можуть отримати підсумкову оцінку з навчальної дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного тестування та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів.

Поточна успішність складається з успішності за дві контрольні роботи (кожна максимально оцінюється у 22 бали), оцінок за виконання практичних робіт (оцінюється 7 робіт по 8 балів). Отримані бали за контрольні роботи, практичні завдання додаються і є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимально за поточною успішністю здобувач вищої освіти може набрати 100 балів.

|                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Підсумкове оцінювання (якщо здобувач вищої освіти набрав менше 60 балів та/або прагне поліпшити оцінку)</b> | Залік відбувається у формі письмового іспиту, білети складаються з 20 тестових запитань, 1 відкрите запитання (практичне завдання).<br>Кожний тест має один правильний варіант відповіді. Правильна відповідь на запитання тесту оцінюється у 4 бали.<br>Правильна відповідь на відкрите запитання оцінюється у 20 балів.<br>Відкриті запитання оцінюються шляхом співставлення з еталонними відповідями.<br>Максимальна кількість балів за іспит: 100 |
| <b>Практичні заняття</b>                                                                                       | Кожен здобувач/ка повинен/на виконати 7 практичних завдань, з яких підготувати письмовий звіт та презентації відповідно до тем практичних занять, які необхідно захистити на практичних заняттях. Кожне завдання оцінюється по 8 балів.<br>Максимально оцінюється в 56 балів ( 7 презентації $\times$ 8 балів).                                                                                                                                        |
| <b>Контрольні роботи</b>                                                                                       | Охоплюють матеріали лекційного курсу. Містять тести та відкриті запитання. Максимально оцінюються у 44 бали (2 контрольні роботи $\times$ 22 бали/контрольна робота).                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

### 6.3. Критерії оцінювання елементів поточного та підсумкового контролю.

6.3.1. Кожна правильна відповідь на тести поточної теоретичної контрольної роботи оцінюється у 1 бал, відповідь на відкрите питання 2 бали. Максимально можна отримати 22 бали за контрольну роботу: 20 тестів  $\times$  1 бал – 20 балів, 1 відкрите питання – 2 бали. Оцінка з опанування лекційного матеріалу визначається наступним чином – загальна за дві контрольні роботи, максимально 44 бали.

#### 6.3.2. Критерії оцінювання завдань.

Виконання кожного практичного (самостійного) завдання та усний захист звіту про його виконання оцінюється максимум у 8 балів (повнота виконання, презентація результатів завдання, участь у дискусії тощо). Максимально за виконання практичних завдань можна отримати 56 балів (7 завдань  $\times$  8 балів):

**8 балів:** якісна презентація з використанням мультимедійних та інтерактивних засобів; повна й аргументована письмова робота; ініціативна та змістовна участь у дискусії (виступи, коментарі, запитання, активне слухання); глибоке володіння навчальним матеріалом; самостійний аналіз проблеми; наведення переконливих аргументів із коректними посиланнями на наукові та професійні джерела.

**7 балів:** презентація з використанням мультимедійних засобів; наявність письмового звіту; активна та змістовна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання); упевнене

володіння навчальним матеріалом; аргументовані відповіді з посиланням на джерела, без елементів поглибленого самостійного аналізу.

**6 балів:** презентація з використання мультимедійних засобів, активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання), наявність письмового звіту, володіння навчальним матеріалом, наведення аргументованих відповідей із посиланням на джерела.

**5 балів:** презентація з використання мультимедійних засобів, наявність письмового звіту, активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання), володіння навчальним матеріалом, наведення аргументованих відповідей із посиланням на джерела.

**4 бали:** усна презентація, наявність письмового звіту, активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання), володіння навчальним матеріалом з незначними помилками за сутністю обговорюваних питань.

**3 бали:** усна презентація, наявність письмового звіту, активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання) без достатнього володіння навчальним матеріалом, що має відношення до теми обговорення.

**2 бали:** наявність письмового звіту, залученість до дискусії викладачем, неуважність, відсутність достатніх знань про предмет обговорення.

**1 бал:** наявність письмового звіту, небажання брати участь у дискусії, відсутність достатніх знань про предмет обговорення. Оцінка за виконання практичних завдань визначається з огляду на суму балів за кожне з них у такий спосіб:

#### **6.4. Процедура проведення контрольних заходів.**

Контрольні заходи з дисципліни будуть здійснені згідно з графіком навчального процесу, який можна знайти на сайті університету. Процедуру виконання завдань поточного контролю викладач оголошує на першому занятті або заздалегідь. За результатами поточного контролю студент може отримати найвищу оцінку у 100 балів, з'явитися на заняття, коли проводиться комплексна контрольна робота та отримати оцінку. Якщо оцінка поточного контролю не влаштовує, то студент може виконати комплексну контрольну роботу і також отримати максимально 100 балів.

Присутність на контрольних заходах сторонніх осіб без дозволу ректора, проректора або декана факультету не допускається. Під час комплексної контрольної роботи користуватися допоміжними засобами заборонено. Комплексна контрольна робота проходить за розкладом.

Детально процедуру проведення контрольних заходів можна знайти у Положенні про організацію освітнього процесу, Положенні про оцінювання результатів навчання [https://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us\\_documents/education\\_scientific\\_documents.php](https://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/education_scientific_documents.php).

### **7. Політика курсу**

#### **7.1. Політика щодо академічної доброчесності**

Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для опанування результатами навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі). Політика щодо академічної доброчесності регламентується

«Положенням про систему запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка», та Кодексу академічної доброчесності Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» <https://surl.li/nleywg>.

У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

## **7.2. Комунікаційна політика**

Здобувачі вищої освіти повинні мати активовану університетську пошту.

Обов'язком здобувача вищої освіти є перевірка один раз на тиждень (щотижня) поштової скриньки на Office365 та відвідування команди дисципліни у Microsoft Teams, платформи дистанційного навчання Moodle.

Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту, групу MS Teams, або дистанційну платформу Moodle.

## **7.3. Політика щодо перескладання**

Повторне складання підсумкового контролю з дисципліни, коли студент отримав оцінку «незадовільно» (нижче 60-ти балів), допускається не більше двох разів. Спроби студента виправити оцінку й не допустити академічної заборгованості обмежуються терміном в один місяць після закінчення екзаменаційної сесії. Прийом першої перездачі здійснюється викладачем, який викладав матеріал навчальної дисципліни.

Прийом другої – комісією у складі трьох осіб: викладача, який викладав дисципліну; завідувача кафедри; представника деканату або викладача кафедри. Рішення комісії є остаточним.

У разі підтвердження комісією оцінки «незадовільно» або неявки студента на засідання комісії без поважних причин, комісія сповіщає про це декана факультету (директора інституту) для підготовки наказу ректора про відрахування студента за академічну неуспішність або визначення умов повторного вивчення цієї дисципліни.

Студенти заочної форми навчання повинні ліквідувати академічну заборгованість до початку наступної сесії.

## **7.4. Відвідування занять**

З 24.02.2022 реалізація освітньої діяльності відбувається в умовах правового режиму воєнного стану. Наявна низка небезпек: повітряні тривоги, ризики припинення енергозабезпечення, мобільного та Інтернет-зв'язку. Згідно з наказами по університету у 2025-2026 навчальному році освітня діяльність здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання здійснюється з використанням дистанційних технологій через синхронні та асинхронні комунікації.

Відвідування онлайн лекцій та практичних занять реалізується через приєднання до «команди» Microsoft Teams. Під час повітряної тривоги заняття перериваються і продовжуються лише за умов перебування учасників освітнього процесу у захищених приміщеннях. Викладачем (за технічної та безпекової можливості) здійснюється запис заняття для підтримки асинхронного формату навчання.

У випадках відсутності енергозабезпечення, мобільного та Інтернет-зв'язку викладачем забезпечується асинхронний формат навчання та комунікація зі здобувачами за допомогою каналів зв'язку, що функціонують.

Про причини неможливості взяти участь в онлайн заняттях, ускладненні доступу до матеріалів на дистанційних платформах НТУ «ДП» тощо здобувач вищої освіти має повідомити викладача в особистих повідомленнях чатів Microsoft Teams, або листом на корпоративну е-пошту НТУ «ДП», або через старосту чи представника адміністрації факультету.

#### **7.4 Політика щодо оскарження оцінювання**

Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

#### **7.5. Бонуси**

Здобувачі вищої освіти, які беруть участь у конференціях, конкурсах тощо отримують додатково 2 бали до результатів оцінювання до підсумкової оцінки.

#### **7.6. Участь в анкетуванні**

Наприкінці вивчення курсу та перед початком сесії здобувачу вищої освіти буде запропоновано анонімно заповнити електронні анкети, що розміщено на сайті кафедри маркетингу: <https://forms.office.com/e/cf7JRhRTbi> та у Microsoft Forms Office 365, які буде розіслано на ваші університетські поштові скриньки. Заповнення анкет є важливою складовою вашої навчальної активності, що дозволить оцінити дієвість застосованих методів викладання та врахувати ваші пропозиції стосовно покращення змісту навчальної дисципліни «Виставкова діяльність».

### **8. Методи навчання**

Лекційні заняття мають інтерактивний, науково-пізнавальний характер. Застосовуються проблемні, інтерактивні, контекстні технології навчання, лекції-дискусії, технології змішаного навчання.

На практичних заняттях застосовуються наступні методи: кейс-метод, методи аналізу, синтезу, порівняння, ситуаційні завдання, інтерактивні методи, підготовка презентацій з використанням сучасних програмних засобів.

На заняттях відбуваються дискусії, перегляд й обговорення відео-матеріалів з урахуванням можливості саморозкриття студентами своїх цілей, переваг і здібностей. Використовуються методи мозкового штурму, дискусії.

### **9. Рекомендовані джерела інформації**

1. Демидчук, л., & Сапожник, д. (2024). Ярмаркова та виставкова діяльність у період глобалізації та інноваційного розвитку економіки. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, 328(2), 226-230. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-328-47>
2. Куваєва Т.В., Шинкаренко Н.В. Дослідження особливостей віртуальних виставок у контексті діджиталізації. *Економічний простір: Збірник наукових праць*. №150. Дніпро : ПДАБА, 2019. С. 5-20.
3. Вдовічен А.А., Вдовічена О.Г. Організація виставкової діяльності : навчальний посібник / А.А. Вдовічен, О.Г. Вдовічена. Чернівці: Технодрук, 2018. 264 с.
4. Колосова Н.А., Осадча Ю.О. Історичні передумови розвитку виставкової діяльності. *Теорія та практика дизайну: зб. наук. праць. Дизайн. К.: НАУ, 2021. Вип. 24. С. 75-80. doi: 10.18372/2415-8151.24.16294*

5. Бондарчук О. Сучасний стан виставково-ярмаркової діяльності в Україні // Порівняльно-аналітичне право. 2020. № 1. С. 230–233.
6. Постанова Кабінету Міністрів України «Про ефективне використання державних коштів» № 710 від 11.10.2016 р.  
URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/710-2016-%D0%BF>
7. Постанова Кабінету Міністрів України «Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні» №1065 від 22.08.2007  
URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1065-2007-%D0%BF>
8. Наказ Міністерства економіки України «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» №546 від 04.06.2009 р. URL : <https://cutt.ly/IYhnwDh>
9. Міжнародний стандарт ISO 25639-1:2008 Exhibitions, shows, fairs and conventions / Виставки, ярмарки, конгреси URL : <https://www.iso.org/standard/43909.html>
10. Перша всесвітня промислова виставка в Лондоні 1851 р. <https://vseosvita.ua/library/tema-persha-vsesvitnia-promyslova-vystavka-v-londoni-1851-r-662258.html>
11. Шинкаренко Н.В. Віртуальні виставки – нові можливості маркетингових комунікацій. *Маркетинг в Україні: збірка статей*, 2017. Київ : КНЕУ ім. Вадима Гетьмана. № 5-6. С. 33-37.
12. Tetiana Kuvaieva, Nataliia Shynkarenko, Kateryna Pilova. B2BDigital Marketing Communications Research During the Covid 19 Pandemic. *ASEJ - Scientific Journal of Bielsko-Biala School of Finance and Law* Volume 25, No 1 (2021), 5 pages. DOI: 10.19192/wsfip.sj1.2021.1. p. 5-8. ASEJ ISSN: 2543-9103 ISSN: 2543-411X (online)
13. Мунтян І. В., Соколюк К. Ю., Значек Р. Р. Виставково-ярмаркова діяльність як ефективна організаційна форма просування бренду // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки, 2020. № 2 (145). С. 46–55. DOI: <https://doi.org/10.30857/2413-0117.2020.2.3>
14. Інформаційні матеріали Euroindex. URL: <https://www.euroindex.ua>
15. Міжнародний виставковий центр. Офіційний сайт. URL: <http://www.iec-expo.com.ua>
16. UFI – The Global Association of the Exhibition Industry. Official website. URL: <http://www.ufi.org>
17. ВДНГ – Національний комплекс «Експоцентр України». Офіційний сайт. URL: <https://vdng.ua>
18. Виставкова федерація України. Офіційний сайт. URL: <http://www.expo.org.ua>
19. Паризька конвенція про міжнародні виставки від 22 листопада 1928 р. (чинна редакція від 30.11.1972 р.). URL: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_975](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_975)