

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА, МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА ЛОГІСТИКИ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету менеджменту

_____ І.Г. Шавкун
(підпис) (ініціали та прізвище)

«_____» _____ 2023

«ВИСТАВКОВО-ЯРМАРКОВИЙ БІЗНЕС»

(назва навчальної дисципліни)

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

підготовки бакалавра

спеціальності 073 Менеджмент

освітньо-професійна програма Менеджмент готельного, курортного та туристичного сервісу

Укладач

Гудима О.В., к.е.н., доцент

(ПІБ, науковий ступінь, вчене звання, посада)

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри підприємництва,
менеджменту організацій та логістики

Протокол № 1 від “___” серпня 2023 р.
В.о. Завідувача кафедри підприємництва,
менеджменту організацій та логістики

_____ Т.С. Павлюк
(підпис) (ініціали, прізвище)

Ухвалено науково-методичною радою
факультету менеджменту

Протокол № 1 від “___” серпня 2023 р.
Голова науково-методичної ради
факультету менеджменту

_____ О.В. Юдіна
(підпис) (ініціали, прізвище)

2023 рік

1. Опис навчальної дисципліни

| Найменування показників | Галузь знань, напрямок підготовки, рівень вищої освіти | Характеристика навчальної дисципліни | |
|--|--|--|-----------------------|
| | | денна форма навчання | заочна форма навчання |
| Кількість кредитів – 3 | Галузь знань <u>07 Управління і адміністрування</u> | Цикл дисциплін професійної підготовки нормативна | |
| Розділів – 2 | Спеціальність <u>073 Менеджмент</u> | Рік підготовки: | |
| Загальна кількість годин – 90 | | 3-й | - |
| Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 6 | Освітньо-професійна програма <u>Менеджмент готельного, курортного та туристичного сервісу</u> | 12 год. | - |
| | | Практичні | |
| | 12 год. | - | |
| | Самостійна робота | | |
| | 66 год. | - | |
| | Рівень вищої освіти: бакалаврський | Вид підсумкового контролю: залік | |
| | | | |

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни «Виставково-ярмарковий бізнес» є засвоєння теоретичних знань з організації, планування виставкових заходів, здобуття студентами теоретичних знань із типології торгових виставок, їх організації та проведення, а також набуття практичних навичок щодо вибору виставкового заходу, розробки ефективної програми експонування, оформлення виставкового стенда, комерційної роботи персоналу з відвідувачами, аналізу результатів участі.

Основними **завданнями** вивчення курсу дисципліни «Виставково-ярмарковий бізнес» є:

- формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок в сфері виставково-ярмаркового бізнесу;
- оволодіння практичними вміннями та навичками організації виставково-ярмаркових проєктів;
- визначення процесу оформлення виставкових стендів;
- знайомство з сучасними вимогами до діяльності менеджера виставкової діяльності, фахівця-стендиста, дизайнера-виставок тощо;
- вивчити правила укладання комерційних угод із суб'єктами виставково-ярмаркової діяльності;
- розвиток самостійного сприйняття процесів українського виставкового процесу.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти таких **компетентностей**:

- Здатність планувати діяльність виставково-ярмаркових підприємств та підприємств;

- Здатність працювати з монографічними, довідково-енциклопедичними, статистичними, електронними джерелами з проблематики ВЯБ;
- Здатність використовувати методологічні та методичні прийоми вивчення ефективності функціонування виставково-ярмаркових підприємств;
- Здатність організовувати управління учасниками ВЯБ;
- Здатність планувати і контролювати хід управління в ВЯБ.

Міждисциплінарні зв'язки.

Вивчення курсу базується на знанні студентами циклу фундаментальних та професійно-орієнтованих дисциплін: «Менеджмент», «Теорія організацій», «Менеджмент персоналу», «Основи ділової комунікації».

3. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Теоретико-методологічні основи виставково-ярмаркового бізнесу

Інститут торгових ярмарків і виставок: основні поняття та визначення. Виставки в системі маркетингових комунікацій: функції та змістові аспекти. Роль реальних та віртуальних виставок у комерційній діяльності підприємства. Особливості міжнародної та вітчизняної класифікація виставкових заходів. Суб'єкти виставкової діяльності.

Тема 2. Розвиток та становлення виставково-ярмаркового бізнесу в Україні

Історія розвитку та етапи становлення виставкової діяльності. Роль торгово-промислової палати у функціонуванні виставкового бізнесу на регіональному та загальнодержавному рівнях. Проблемні аспекти та тенденції розвитку виставкового бізнесу в Україні. Фактори, які обумовлюють потребу у виставках в регіонах. Державне регулювання та нормативно-правове забезпечення у виставковому середовищі.

Тема 3. Планування і організація участі підприємства у виставкових заходах

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.

Тема 4. Комерційна робота на виставковому стенді

Функції виставкового стенда фірми-експонента. Особливості підбору та навчання персоналу для роботи на виставковому стенді. Напрями організації ефективної роботи на виставковому стенді. Організаційна робота після завершення виставки.

Тема 5. Маркетингові комунікації в контексті виставково-ярмаркової діяльності

Поняття та значення маркетингових комунікацій виставки. Організація роботи експонента з засобами масової інформації. Мотивування відвідувачів виставки. Заходи ділової програми у рамках виставки.

Тема 6. Оцінка ефективності виставково-ярмаркової діяльності

Показники оцінки ефективності участі підприємства на виставках. Сучасний стан та основні напрямки вдосконалення виставкової діяльності в Україні.

4. Структура навчальної дисципліни

| Назви тематичних розділів і тем | Кількість годин | | | | | | | |
|---|-----------------|--------------|-----------|-----------|--------------|--------------|----------|-----------|
| | денна форма | | | | заочна форма | | | |
| | усього | у тому числі | | | усього | у тому числі | | |
| | | л | практ | сам.роб. | | л | практ | сам.роб |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Тема 1. Теоретико-методологічні основи виставково-ярмаркового бізнесу | 15 | 2 | 2 | 11 | 15 | 0,25 | 0,25 | 14,5 |
| Тема 2. Розвиток та становлення виставково-ярмаркового бізнесу в Україні | 15 | 2 | 2 | 11 | 15 | 0,25 | 0,5 | 14,25 |
| Тема 3. Планування і організація участі підприємства у виставкових заходах | 15 | 2 | 2 | 11 | 15 | 0,5 | 0,25 | 14,25 |
| Тема 4. Комерційна робота на виставковому стенді | 15 | 2 | 2 | 11 | 15 | 0,25 | 0,5 | 14,25 |
| Тема 5. Маркетингові комунікації в контексті виставково-ярмаркової діяльності | 15 | 2 | 2 | 11 | 15 | 0,25 | 0,25 | 14,5 |
| Тема 6. Оцінка ефективності виставково-ярмаркової діяльності | 15 | 2 | 2 | 11 | 15 | 0,5 | 0,25 | 14,25 |
| Усього годин | 90 | 12 | 12 | 66 | 90 | 2 | 2 | 86 |

5. Теми лекційних занять

| № теми з/прогр. | Назва теми | Кількість годин | |
|-----------------|---|-----------------|----------|
| | | денне | заочне |
| 1 | Теоретико-методологічні основи виставково-ярмаркового бізнесу | 2 | 0,25 |
| 2 | Розвиток та становлення виставково-ярмаркового бізнесу в Україні | 2 | 0,25 |
| 3 | Планування і організація участі підприємства у виставкових заходах | 2 | 0,5 |
| 4 | Комерційна робота на виставковому стенді | 2 | 0,25 |
| 5 | Маркетингові комунікації в контексті виставково-ярмаркової діяльності | 2 | 0,25 |
| 6 | Оцінка ефективності виставково-ярмаркової діяльності | 2 | 0,5 |
| Разом | | 12 | 2 |

6. Теми практичних занять

| № теми з/прогр. | Назва теми | Кількість годин | |
|-----------------|---|-----------------|----------|
| | | денне | заочне |
| 1 | Теоретико-методологічні основи виставково-ярмаркового бізнесу | 2 | 0,25 |
| 2 | Розвиток та становлення виставково-ярмаркового бізнесу в Україні | 2 | 0,5 |
| 3 | Планування і організація участі підприємства у виставкових заходах | 2 | 0,25 |
| 4 | Комерційна робота на виставковому стенді | 2 | 0,5 |
| 5 | Маркетингові комунікації в контексті виставково-ярмаркової діяльності | 2 | 0,25 |
| 6 | Оцінка ефективності виставково-ярмаркової діяльності | 2 | 0,25 |
| Разом | | 12 | 2 |

7. Самостійна робота

| № теми з/прогр. | Назва теми | Кількість годин | |
|-----------------|---|-----------------|-----------|
| | | денне | заочне |
| 1 | Теоретико-методологічні основи виставково-ярмаркового бізнесу | 14,5 | 14,5 |
| 2 | Розвиток та становлення виставково-ярмаркового бізнесу в Україні | 14,25 | 14,25 |
| 3 | Планування і організація участі підприємства у виставкових заходах | 14,25 | 14,25 |
| 4 | Комерційна робота на виставковому стенді | 14,25 | 14,25 |
| 5 | Маркетингові комунікації в контексті виставково-ярмаркової діяльності | 14,5 | 14,5 |
| 6 | Оцінка ефективності виставково-ярмаркової діяльності | 14,25 | 14,25 |
| Разом | | 66 | 86 |

8. Види контролю і система накопичення балів

Види контролю і система накопичення балів

| Вид контролю | № | Вид контрольного заходу | Кількість контрольних заходів | Кількість балів за 1 захід | Усього балів |
|--------------------|---|--|-------------------------------|----------------------------|--------------|
| | | | | | |
| Потоочний контроль | 1 | Збір, систематизація та аналіз фактичного матеріалу, доповіді на практичних заняттях | 6 | 2 | 12 |
| | 2 | Виступ, презентація й обговорення результатів дослідження матеріалу на практичних заняттях | 6 | 2 | 12 |
| | 3 | Розв'язання навчальних кейсів за тематикою практичного заняття | 6 | 2 | 12 |
| | 4 | Виконання домашнього завдання | 6 | 2 | 12 |
| | 5 | Контрольне тестування за результатом | 6 | 2 | 12 |

| | | | | | |
|------------------------------|---|---|----|----|-----|
| | | вивчення поточних залікових модулів у системі електронного забезпечення навчання ЗНУ Moodle | | | |
| Підсумковий контроль – залік | 6 | Виконання індивідуального домашнього завдання (у письмовій формі) | 1 | 20 | 40 |
| | | Контрольне тестування за вивченим матеріалом курсу (у письмовій формі) | | 20 | |
| Усього балів | | | 31 | | 100 |

Критерії оцінювання

1. *Збір, систематизація та аналіз фактичного матеріалу, доповіді: 1-2 бал(и).*
 - 2 бали - відповідь правильна, повна, інформацію з різних джерел систематизовано, виокремлено основні положення, структурно об'єднано та стисло проаналізовано кожне з них, зроблено ґрунтовні узагальнюючі висновки.
 - 1 бал - відповідь в цілому правильна, виокремлено основні положення кожного з джерел, але не зроблено їх відповідного аналізу та узагальнюючих висновків.
 2. *Виступ, презентація й обговорення результатів дослідження матеріалу на практичних заняттях: 1-2 бал(и).*
 - 2 бали – виступ або презентація підготовлено за темою заняття, чітко визначено зміст; зроблено глибокий системний аналіз змісту презентації, виявлено нові ідеї та положення, що не були розглянуті, але суттєво впливають на зміст презентації, надано власні аргументи щодо основних положень даної теми.
 - 1 бал - підготовлено матеріал з теми, що обговорюється, що доповнює зміст виступу, поглиблює знання з цієї теми, висловлено власну думку.
 3. *Розв'язання навчальних кейсів за тематикою практичного заняття: 1-2 бал(и).*
 - 2 бали - проаналізовано зміст навчального кейса, дано вичерпні відповіді на всі питання, зроблено ґрунтовні узагальнюючі висновки та надано рекомендації.
 - 1 бал - правильно виокремлено основні положення навчального кейса, проведено відповідний аналіз, але не зроблено узагальнюючих висновків.
 4. *Виконання домашнього завдання 0-6 бал(ів).*
 - 1 бал за кожну правильну відповідь (всього 6 домашніх завдань до кожного розділу).
 5. *Самостійне проходження тесту за матеріалом Розділу 1, Розділу 2 у системі електронного забезпечення навчання ЗНУ Moodle: 0-2 бал(ів).*
 - 0,2 бали за кожну правильну відповідь (10 тестових завдань до кожного розділу). За умови виконання тесту не менше, ніж на 85%. Кількість спроб не враховується. Час не обмежено.
 6. *Виконання індивідуального домашнього завдання (у письмовій формі): 0- 20 балів.*
 - 20 балів – завдання виконано вірно, проведено розрахунки, зроблено висновки, надано рекомендації, дано вичерпні відповіді на всі питання, зроблено ґрунтовні узагальнюючі висновки та надано рекомендації.
- Контрольне тестування за вивченим матеріалом курсу (у письмовій формі) 0-20 бал(ів)*
- 1 бал за кожну правильну відповідь (всього 20 тестових запитань).

Шкала оцінювання: національна та ECTS

| За шкалою ECTS | За шкалою університету | За національною шкалою | |
|----------------|---|------------------------|---------------|
| | | Екзамен | Залік |
| A | 90 – 100 (відмінно) | 5 (відмінно) | Зараховано |
| B | 85 – 89 (дуже добре) | 4 (добре) | |
| C | 75 – 84 (добре) | | |
| D | 70 – 74 (задовільно) | 3 (задовільно) | |
| E | 60 – 69 (достатньо) | | |
| FX | 35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання) | 2 (незадовільно) | Не зараховано |
| F | 1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторним курсом) | | |

9. Рекомендована література

Основна література

1. Антонюк Я.М. Організація виставкової діяльності: Навч. посібник / Я.М. Антонюк, І.М.Шиндировський. - Львів: вид-во ЛКА, 2015. – 328 с.
2. Виставковий бізнес : монографія / Т.І. Ткаченко, Т.П. Дупляк. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 244 с.
3. Концепція розвитку виставково-ярмаркової діяльності: постанова КМУ від 22 серпня 2007 р. № 1065. База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/533-2019-%D0%BF/sp:java-:max25> (дата звернення: 01.01.2024)
4. Міжнародний стандарт ISO 25639-1:2008 Exhibitions, shows, fairs and conventions / Виставки, ярмарки, конгреси [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://www.iso.org/standard/43909.html>
5. Організація виставкової і ярмаркової діяльності:конспект лекцій/ [уклад. Я.М. Антонюк, І.М. Шиндировський, О.Б. Осінська]. – Львів: видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2020. – 167 с.
6. Постанова Кабінету Міністрів України «Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні» №1065 від 22.08.2007 [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1065-2007-%D0%BF>
7. 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. [Електронний ресурс] – режим доступу:<http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=ZabezpechenniaUchastiVit chiznianikhSubiektivGospo iaduvannia UMizhnarodnikh Vistavkovo iarmarkovikh Zakhodakh>

8. Виставкова федерація України: Веб сайт. URL: <http://www.expo.org.ua>(дата звернення 04.01.2024).

Допоміжна література

1. Антонюк Я. М., Шиндировський І. М. Організація виставкової діяльності: навч. посібн. Львів: ЛКА, 2015. 245 с. URL: https://pidruchniki.com/77731/marketing/organizatsiya_vistavkovoyi_diyalnosti (дата звернення 04.02.2020).

2. Антоненко І. Я. Виставкові діяльність в Україні: стан, проблеми та шляхи їх розв'язання / І. Я. Антоненко, Т. П. Дупляк // Економічний часопис– XXI. – 2013. – № 11–12. – С. 74–78.

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

4. Бессараб А. О. Виставки-ярмарки як складова соціальних комунікацій у видавничій сфері та формування медіакультури. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2015. № 4 (24). С. 131–135.

5. Болдін О. С. Інституційні засади державного регулювання виставково-ярмаркової діяльності. Державне будівництво. 2009. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2009_2_21 (дата звернення 04.01.2024).

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

7. Вдовічена О.Г. Виставково-ярмаркова діяльність як фактор соціально-економічного зростання регіону : автореферат дис. ... канд. екон. наук : 08.00.05 / О.Г. Вдовічена. – Ужгород : Ужгород. нац. ун-т, 2012. – 22 с. 28

8. Вдовічена О. Г. Методичні аспекти організації виставковоярмаркової діяльності у регіоні / О. Г. Вдовічена // Вісник Чернівецького торгівельно-економічного інституту. – 2012. – № 4. – С. 259–266.

9. Від традицій до інновацій: сучасні моделі книжкових виставок : методичні рекомендації / Хмельницька ОУНБ ім. М. Островського. – Хмельницький, 2013. – 24 с.

10. Вдовічена О.Г. Виставково-ярмаркова діяльність як фактор соціально-економічного зростання регіону : автореферат дис. ... канд. екон. наук : 08.00.05 / О.Г. Вдовічена. – Ужгород : Ужгород. нац. ун-т, 2012. – 22 с.

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

12. Дупляк Т.П. Організаційно-правові засади державного регулювання виставкової діяльності в Україні. Ефективна економіка. 2015. № 9. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_9_39 (дата звернення 04.01.2024).

13. Крахмальова Н. А. Управління виставково-ярмарковою діяльністю : монографія /Н.А.Крахмальова. - Міністерство освіти і науки України, Київський національний університет технологій та дизайну. – Київ : КНУТД, 2014. – 211 с.

14. Климовська М. «Виставкові» витрати? Нічого особливого! / М. Климовська // Бухгалтерія. – 2006. – № 38(713). – С. 49–50.

15. Лукашова Л.В. Організація виставкової діяльності : навч. посіб. / Л.В. Лукашова – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2009. – 372 с.
16. Мікловда В. П. Аналіз сучасного стану виставко-ярмаркової діяльності в регіонах України / В. П. Мікловда, О. Г. Вдовічена // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – 2012. – Вип. 1. – С. 104–113.
17. Міжнародний стандарт ISO 25639-1:2008 Exhibitions, shows, fairs and conventions. URL: <https://www.iso.org/standard/43909.html> (дата звернення 04.01.2024).
18. Овчарек В. Є. Виставковий дизайн: визначення, структура, сфера застосування. Вісник КНУТД. 2015. №2 (84). С. 157–162.
19. Пацалюк К. О. Роль виставки як засобу маркетингових комунікацій / К. О. Пацалюк // Економіка. Управління. Інновації. – 2016. – Вип. 1 (16).
20. Пекар В. Основи виставкової діяльності : навчальний посібник / Валерій Пекар. – Київ : Євроіндекс, 2009. – 348 с.
21. Про інформацію: Закон України від 02 жовтня 1992 р. №2657-ХІІ: за станом на 03 лютого 2013 р. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2003. № 31 – 32. Ст. 263.
22. Пацалюк К. О. Роль виставки як засобу маркетингових комунікацій. Економіка. Управління. Інновації. 2016. Вип. 1 (16).
23. Пекар В. Основи виставкової діяльності : навч. посібн. Київ: Євроіндекс, 2009. 348 с.
24. Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні: Постанова Кабінету Міністрів України №1065 від 22.08.2007 . URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1065-2007-%D0%BF> (дата звернення 04.02.2020).
25. Северин В. Д. Виставкова справа в Україні / В. Д. Северин // Вісник ХДАДМ. Мистецтво. Архитектура. – 2012. – №5. – С. 17–20.
26. Сюрко Л. Є. Оцінка ефективності виставкової діяльності / Л. Є. Сюрко // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2011. – Вип. 2 (42). – С. 343–347.
27. Смирнов І.Г. Логістика виставкової діяльності: світовий та український досвід . Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2014. № 4. С. 62-71. URL: [http://zt.knteu.kiev.ua/files/2014/4\(75\)/uazt_2014_4_8.pdf](http://zt.knteu.kiev.ua/files/2014/4(75)/uazt_2014_4_8.pdf) (дата звернення 04.01.2024).
28. Ткаченко Т.І., Дупляк Т.П. Виставковий бізнес: монографія. Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2016. 244 с. URL: <https://knute.edu.ua/file/MTc=/d2116e05dbe265f4faab2d503db8ba1e.pdf> (дата звернення 04.01.2024).
29. Туровська Л. Електронна виставка як комунікаційна модель діяльності наукової бібліотеки / Л. Туровська, І. Смоляр // Вісник Книжкової палати. – 2015. – № 3. – С. 29–31.
30. The Global Association of the Exhibition Industry: Веб сайт. URL: <http://www.ufi.org/> (дата звернення 04.01.2024р.).

ПОСИЛАННЯ НА ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ, ВІДЕО-ЛЕКЦІЇ, ІНШЕ МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1. www.president.gov.ua – сайт Президента України
2. www.rada.gov.ua – сайт Верховної Ради України
3. www.kmu.gov.ua – сайт Кабінету Міністрів України
4. www.me.gov.ua – сайт Міністерства економіки України
5. www.ukrstat.gov.ua – сайт Держкомстату України

6. www.bank.gov.ua – сайт Національного банку України
7. www.nbuv.gov.ua – сайт Національної бібліотеки України ім. Вернадського
8. www.librari.ukma.kiev.ua – сайт наукової бібліотеки НаУКМА
9. <http://expo.org.ua> - Виставкова федерація України
10. <http://www.exporplaza.kiev.ua> - Виставковий центр «КиївЕкспоПлаза»

Погоджено
з навчальним відділом

« _____ » _____

