

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
Геолого-географічний факультет
Кафедра економічної та соціальної географії і туризму

Силабус курсу
"МІСЬКИЙ ТУРИЗМ ТА ТУРИСТИЧНИЙ БРЕНДИНГ МІСТ"

Обсяг:	4,5 кредити ЄКТС / 135 годин
Семестр, рік	семестр 8, рік навчання – 4 д/в.; семестр 10, рік навчання – 5 з/в.
Дні, час, місце:	згідно з розкладом
Викладач:	Хомутов Виктор Анатолійович, кафедри економічної та соціальної географії і туризму
Контактний тел.	(096) 3310834
Е-mail:	khomutovvik@gmail.com
Робоче місце	геолого-географічний факультет, кафедра економічної та соціальної географії і туризму (ауд. 75)
Консультації	Очні консультації: згідно з графіком, затвердженим на засіданні кафедри Онлайн-консультації: телефон, ZOOM (запрошення надсилається в групу Telegram), соціальні мережі

КОМУНІКАЦІЯ

Спілкування в аудиторії за розкладом.

Інші види комунікації: група в Telegram, консультації за розкладом

e-mail: khomutovvik@gmail.com

телефон: (096) 3310834

соціальні мережі: Telegram, Viber

аудиторія: за розкладом

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Предмет вивчення дисципліни – суспільно-географічні засади формування та розвиток туристично-рекреаційного господарства міст та особливості маркетингової стратегії брендування міста, як єдиного соціо-економіко-екологічного комплексу, та окремих його компонентів (найбільш атрактивні та впізнавані місця).

Пререквізити навчальної дисципліни.

Ефективність засвоєння змісту дисципліни "Міський туризм та туристичний брендинг міст" значно підвищиться, якщо студент попередньо опанував матеріал таких дисциплін як: "Організація туризму", "Географія туризму", "Історія туризму", "Маркетинг в туризмі".

Постреквізити навчальної дисципліни.

Дисципліни, для вивчення яких потрібні знання, уміння і навички, що здобуваються після закінчення вивчення даної дисципліни: "Управління міським господарством", "Міське господарство", "Аналіз діяльності туристичних підприємств".

Мета курсу - засвоєння суспільно-географічні засади формування та розвиток туристично-рекреаційного господарства міст та особливості маркетингової стратегії брендування міста, як єдиного соціо-економіко-екологічного комплексу, та окремих його компонентів.

Завдання курсу:

- ознайомлення з категоріальним апаратом міського туризму;
- ознайомлення студентів з загальним станом теорії і практики подієвого туризму;
- формування вміння та навичок з організації заходів в подієвому туризмі.

- ознайомлення з принципами формування та розвитку туристично-рекреаційного господарства міст;
- створення маркетингових стратегій брендування міста на ринку, ознайомлення з основними міжнародними базами брендів (список всесвітнього культурного надбання, географічні зазначення, нематеріальна культурна спадщина тощо);
- аналіз розвитку основних видів туризму в містах.

Очікувані результати. У результаті вивчення дисципліни студент повинен

знати:

- основні поняття міського туризму;
- науково-методичні основи організації міських турів;
- сучасні підходи до брендування міст та туристичних атракцій.

вміти:

- оцінити суспільно-географічні чинники формування та розвитку міського туризму;
- проаналізувати особливості орендування міста як туристичного центру;
- визначити підходи до формування засад сталого розвитку міського туризму;
- розробляти комплексні тури міським середовищем;
- аналізувати сучасні тенденції розвитку різних видів міського туризму в різних країнах та регіонах світу тощо.

ОПИС КУРСУ

Методи і форми навчання:

Курс буде викладений у формі лекцій (20 год.) та практичних занять (16 год.), організації самостійної роботи студентів (54 год.) на денному відділенні та лекцій (14 год.), практичних занять (8 год.), самостійної роботи студентів (68 год.) на заочному відділенні.

Основна підготовка студентів здійснюється на лекційних та практичних заняттях, але у значній мірі покладається на самостійне вивчення предмета студентами денної форми навчання під час семестру. Під час викладання дисципліни використовуються методи навчання: словесні (лекція, пояснення); наочні (демонстрація презентації з картами, графіками, фото та відеосюжетами); практичні (практичні роботи); робота з підручником (під керівництвом викладача, самостійна робота студентів).

Зміст навчальної дисципліни.

Тема 1. Міський туризм: загальні характеристики.

Тема 2. Історико-географічні особливості розвитку міського туризму в країнах та регіонах світу.

Тема 3. Управління розвитком міського туризму.

Тема 4. Ресурси розвитку міського туризму.

Тема 5. Передумови, чинники та перспективні результати туристичного брендування міста..

Тема 6. Розробка маркетингової стратегії туристичного брендування міста.

Тема 7. Розвиток міського туризму в світі.

Тема 8. Розвиток міського туризму в Україні.

Тема 9. Розвиток міського туризму в Одеській області.

Перелік основної рекомендованої літератури

1. Глибовець В. Оцінка столиць Європи за умовами здійснення туристичної діяльності до кризи. *Географія та туризм*. 2012. № 19. С. 205-215.

2. Глибовець В. Підходи до вивчення міст як центрів туризму. *Географія і сучасність*. 2009. № 20. С. 146–151.

3. Глибовець В. Промоція Києва на туристичному ринку, формування його бренду та іміджу. *Економічна та соціальна географія*. 2009. № 59. С. 130–137.

4. Дядечко Л. Економіка туристичного бізнесу. Київ: Центр учбової літератури. 2007. 224 с.

5. Кифяк В. Організація туризму. Чернівці. 2008. 344 с.
6. Крижановська Н.Я., Цигичко С.П. Регіональні традиції ландшафтного мистецтва у формуванні міського середовища. Харків. 2006. 43с.
7. Кудла Н. Маркетинг туристичних послуг. Київ: Знання. 2011. 351 с.
8. Любіцева О. Методика розробки турів. Київ: Альтерпрес. 2003. 104 с.
9. Мальська М.П., Худо В. Туристичний бізнес: теорія та практика. Київ: Центр учбової літератури. 2007. 424 с.

ОЦІНЮВАННЯ

Методи поточного контролю: усне опитування, оцінювання семінарських доповідей та виконання індивідуальних завдань

Форми і методи підсумкового контролю: залік.

Розподіл балів, які отримують студенти:

Поточний контроль та семінарські заняття									Індивідуальне завдання	Сума балів
Змістовий модуль №1										
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	20	100
8	9	9	9	9	9	9	9	9		

T1, T2 ... T9 – теми змістових модулів

Для студентів, які набрали впродовж семестру сумарно меншу кількість балів, ніж мінімум для іспиту (60) допускається написання реферату за темами лекційних, семінарських занять чи самостійної роботи, за які отримана незадовільна оцінка.

Самостійна робота студентів.

Робота студентів складається з самостійного вивчення з певного переліку тем або тем, що потребують поглибленого вивчення. Самостійна робота (СР) контролюється у вигляді контрольних робіт, колоквиумів і звітів.. Питання з тем, що відведені на самостійне вивчення включені до контрольних заходів. Увесь обсяг СР містить завдання які вимагають від студента систематичну самостійну роботу.

ПОЛІТИКА КУРСУ

Політика щодо дедлайнів та перескладання: Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності балів). Перескладання модулів відбувається за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний). Підсумковий контроль здійснюється в аудиторії, у разі відсутності або низького результату перескладається одноразово протягом двох тижнів в день планової консультації. У разі недотримання політики щодо дедлайнів та перескладання контрольні заходи вважаються не зданими.

Політика щодо академічної доброчесності:

Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; надання достовірної інформації про результати власної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.

Неприйнятним у навчальній діяльності для учасників освітнього процесу є використання під час контрольних заходів заборонених допоміжних матеріалів або технічних засобів (шпаргалок, конспектів, мікронавушників, телефонів, смартфонів, планшетів тощо).

За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: зниження результатів оцінювання поточного та підсумкового контролю; повторне проходження оцінювання; призначення додаткових

контрольних заходів, що регламентується «Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату у освітній та науково-дослідній роботі учасників освітнього процесу та науковців ОНУ імені І.І.Мечникова»
https://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/acad_council/polozhennya-antiplagiat-2021.pdf

Політика щодо відвідування: відвідування лекцій – вільне, семінарських занять – обов’язкове, запізнення не бажані. Бали за відвідування занять не нараховуються.

Мобільні пристрої: Мобільні пристрої (смартфон, планшет тощо) дозволяється використовувати лише під час підготовки семінарських завдань в процесі заняття з дозволу викладача.