

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

Силабус курсу
Управління туристичною дестинацією регіону

Обсяг	4,5 кредитів ЄКТС / 135 годин
Семестр, рік навчання	семестр 8, рік навчання - 4
Дні, час, місце	згідно з розкладом
Викладач (і)	Ніколаєва Олена Іванівна; кандидат географічних наук, старший викладач кафедри економічної та соціальної географії і туризму
Контактний телефон	+38 0997773767
E-mail:	en420025@gmail.com
Робоче місце	геолого-географічний факультет, кафедра економічної та соціальної географії і туризму (ауд.99)
Консультації	очні консультації: згідно з графіком, затвердженим на засіданні кафедри онлайн-консультації: телефон, соціальні мережі

КОМУНІКАЦІЯ

Спілкування в аудиторії за розкладом.

Інші види комунікації: консультація за розкладом

e-mail: en420025@gmail.com

телефон: +38 (099) 7773767

аудиторія: за розкладом

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Предметом вивчення навчальної дисципліни є процеси і механізми управління туристичними дестинаціями.

Пререквізити. Лекційний курс та практичні заняття з курсу "Управління розвитком територіальних громад " викладаються студентам на базі знань, які були одержані ними при вивченні дисципліни першого курсу бакалаврського рівня вищої освіти «Основи суспільної географії», «Рекреаційно-туристичні ресурси».

Постреквізити курсу.

Дисципліни, для вивчення яких потрібні знання, уміння і навички, що здобуваються після закінчення вивчення даної дисципліни, а також дисципліни вільного вибору: «Аналіз діяльності туристичних підприємств».

Метою викладання дисципліни є формування у майбутніх фахівців з туризму наукового світогляду та спеціальних знань з теорії, методології й

практики управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ різного масштабу на засадах сталого розвитку.

До завдань курсу належить:

- засвоїти основи формування DESTИНАЦІЙ, принципи, функції та механізми управління ними;
- вивчити основні аспекти забезпечення конкурентоспроможності туристичних DESTИНАЦІЙ різних рівнів в умовах забезпечення їх сталого розвитку;
- набути практичних вмінь і навичок використання інструментів маркетингу в діяльності туристичної DESTИНАЦІЇ;
- ознайомити і використовувати кращі вітчизняні та світові практики формування та управління розвитком туристичних DESTИНАЦІЙ;
- набуття м'яких, універсальних навичок —soft skills, які допомагають досягти успіху в професії, передбачають високі комунікаційні здібності та самоорганізацію, вміння вирішувати нестандартні завдання та передбачати конфлікти;
- забезпечити зацікавленість студентів в активній навчальній та науково-дослідній роботі.

Очікувані результати навчання. У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати: сучасні наукові підходи до вивчення та визначення поняття - туристична DESTИНАЦІЯ; типологію та життєвий цикл DESTИНАЦІЙ; сутність та класифікацію туристичних ресурсів DESTИНАЦІЇ; методи визначення та оцінки потенціалу туристичної DESTИНАЦІЇ; нормативно-правове забезпечення функціонування туристичних DESTИНАЦІЙ в Україні; концептуальні засади управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ; особливості діяльності організацій з управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ національного, регіонального та місцевого рівнів; структуру й особливості дії механізмів міжгалузевої взаємодії та державно-приватного партнерства в управлінні туристськими DESTИНАЦІЯМИ; особливості управління системою маркетингу DESTИНАЦІЇ; механізм формування системи стратегічного управління сталим розвитком туристичних DESTИНАЦІЙ.

вміти: збирати інформаційну базу даних стосовно функціонування туристської DESTИНАЦІЇ та аналізувати результати її діяльності; аналізувати та відбирати території в якості потенційної DESTИНАЦІЇ; оцінювати конкурентоспроможність та привабливість туристичних DESTИНАЦІЙ; організувати ефективну конкурентоспроможну інноваційну діяльність туристичної DESTИНАЦІЇ; розробляти стратегічні та маркетингові плани розвитку туристських DESTИНАЦІЙ та окремих аспектів їх діяльності; формувати систему маркетингу туристичної DESTИНАЦІЇ на міжнародному та внутрішньому туристичних ринках; управляти системою просування DESTИНАЦІЇ на основі комплексу маркетингових комунікацій і принципів управління брендом; управляти конфліктами туристичної DESTИНАЦІЇ; використовувати різноманітне програмне забезпечення та інші цифрові продукти діджиталізації процесів розвитку туристичних DESTИНАЦІЙ.

ОПИС КУРСУ

Форми і методи навчання

Курс буде викладений у формі лекцій (32 год.) та практичних занять (32 год.), організації самостійної роботи студентів (81 год.).

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 Power Point); практичні (практичні роботи); робота з підручником (під керівництвом викладача, самостійна робота студентів).

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Основи функціонування туристичних дестинацій.

Тема 1. Туристична дестинація як елемент системи туризму;

Тема 2. Туристичні ресурси як формоутворюючий елемент туристичних дестинацій;

Тема 3. Інтеграційні процеси в туристичних дестинаціях;

Тема 4. Стратегічне планування розвитку туристичних дестинацій;

Тема 5. Конкурентоспроможність туристичних дестинацій;

Тема 6. Бренд-менеджмент туристичної дестинації.

Змістовий модуль 2. Маркетинг туристичних дестинацій.

Тема 7. Управління сталим розвитком туристичної дестинації;

Тема 8. Управління конфліктами туристичної дестинації;

Тема 9. Діджиталізація процесів управління розвитком туристичних дестинацій.

Перелік рекомендованої літератури

Основна

1. Балабанова Л. В., Холод В. В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: навчальний посібник. Київ: ВД.Професіонал, 2006. 448 с.

2. Бугіль С. Я. Маркетинг: основи теорії і практики: навч. посіб. / колектив авторів [За заг. ред. В.В. Липчука]. 2-ге вид. стереотипне, Львів: Видавництво Магнолія-плюс, 2016. 456 с.

3. Бугіль С.Я. Управління туристичними дестинаціями. Методичні рекомендації для виконання практичних занять здобувачами вищої освіти спеціальності 242 Туризм РВО Магістр. Вид. центр ЛНУП. 2022. 26 с.

4. Бугіль С. Я. Формування маркетингового потенціалу території як фактор її соціально-економічного розвитку. Economics, management and administration in the coordinates of sustainable development: Scientific monograph. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2021. 716 p., P. 147-161.

5. Буднікевич І. Муніципальний маркетинг: теорія, методологія, практика. ІРД НАН України. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2012. 645 с.
6. Гаврилюк С. П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу: навч. посібник. К.: Київ. Національний торговий економічний університет, 2006. 180 с.
7. Дудяк Р. П., Бугіль С. Я., Ступень Р. М. Маркетинг у туризмі: навч. посіб. Львів : Галицька видавнича спілка, 2021. 360 с.
8. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ : підручник. Вінниця:ПП-ТД Едельвейс і К, 2017. 322 с. URL: http://tourlib.net/books_ukr/korzhh.htm
9. Мазаракі А. А., Ткаченко Т. І., Мельниченко С. В. та ін. Туристичні DESTИНАЦІЇ (теорія, управління, брендинг) : монографія. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 388 с.
10. Маркетинг для магістрів: навч. посіб. / за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. Суми: ВТД.Університетська книга, 2007. 928 с.
11. Решетілова Т. Б., Довгань С. М. Маркетингові дослідження: підручник. Електрон.текст.дані. Дніпропетровськ: НГУ, 2015. 357 с. URL: <http://nmu.org.ua>
12. Штефаніч Д. А., Братко О. С., Дячун О. Д., Окрепкий Р. Б. Маркетинговий аналіз: навчальний посібник. Тернопіль: Економічна думка ТНЕУ, 2012. 296 с.

ОЦІНЮВАННЯ

Методи поточного контролю: усне опитування, контрольна письмова робота, оцінювання виконання індивідуальних завдань, захист результатів практичних робіт, тестування (бланкове або комп'ютерне), оцінювання виконання практичних навичок та ін.

Форми і методи підсумкового контролю: іспит

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточний та періодичний контроль									Індивідуальне самостійне завдання	Сума балів
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2						
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9		
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100

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 тестів, 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 систематичної самостійної роботи.

ПОЛІТИКА КУРСУ

Політика щодо дедлайнів та перескладання:

Підсумковий письмовий 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: курс передбачає написання реферату, який буде перевірений на дотримання академічної доброчесності, 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 та запізень: відвідування лекцій – вільне, практичних занять – обов'язкове, запізнення не бажані. Бали за відвідування занять не нараховуються.

Мобільні пристрої: допускається використання смартфона, планшету або іншого пристрою з дозволу викладача.

Поведінка в аудиторії: студент повинен дотримуватися правил внутрішнього розпорядку навчального закладу.