

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

Силабус курсу
Управління туристичною дестинацією регіону

Обсяг	5 кредитів ЄКТС / 150 годин
Семестр, рік навчання	семестр 7, 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; організовувати 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 (28 год.), організації самостійної роботи студентів (90 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/korz.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.