

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра готельно-ресторанної справи та туризму

ЗАТВЕРДЖЕНО

ННІ неперервної освіти і туризму
27 травня 2025 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ДЕСТИНАЦІЯМИ

Галузь знань J «Транспорт та послуги»

Спеціальність J3 «Туризм та рекреація»

Освітньо професійна програма «Міжнародний туризм»

ННІ неперервної освіти і туризму

Розробник: д.е.н., професор Оксана МОРГУЛЕЦЬ

Київ – 2025

Опис навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Управління туристичними дестинаціями» спрямована на формування у здобувачів вищої освіти системного уявлення про структуру, функціонування та розвиток туристичних дестинацій у сучасних умовах. У рамках курсу розглядаються питання ресурсного потенціалу, кластерної взаємодії, стратегічного планування, маркетингу, бренд-менеджменту, цифрової трансформації та сталого розвитку дестинацій. Особлива увага приділяється міжнародному досвіду управління, взаємодії зі стейкхолдерами та впровадженню інновацій. Практична складова курсу забезпечує формування професійних компетентностей, необхідних для ухвалення управлінських рішень, планування розвитку та просування туристичних територій на національному і міжнародному рівнях.

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	магістр	
Спеціальність	ІЗ «Туризм та рекреація»	
Освітня програма	Міжнародний туризм	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Обов'язкова	
Загальна кількість годин	150	
Кількість кредитів ECTS	5	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	-	
Форма контролю	Екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм		
	Форма здобуття вищої освіти	
	денна	заочна
Курс (рік підготовки)	1	1
Семестр	1	1
Лекційні заняття	30 год.	8 год.
Практичні, семінарські заняття	15 год.	8 год.
Лабораторні заняття	-	-
Самостійна робота	105 год.	134 год.
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми здобуття вищої освіти	3 год.	

1. Мета, компетентності та програмні результати навчальної дисципліни

Мета – сформувати у студентів системне розуміння теоретичних засад та практичних підходів до управління туристичними дестинаціями, розвинути здатність до ефективного планування, організації та реалізації стратегій сталого розвитку, маркетингової політики та міжгалузевої взаємодії в межах дестинації, а також забезпечити формування практичних навичок аналізу, управління та просування туристичних продуктів на конкурентному ринку.

Набуття компетентностей:

Інтегральна компетентність (ІК): Здатність розв'язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері туризму і рекреації

Загальні компетентності (ЗК): ЗК1. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності; ЗК2. Здатність вести професійну діяльність у міжнародному та вітчизняному середовищі; ЗК5. Здатність оцінювати та забезпечувати

якість виконуваних робіт; ЗК8. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших принципів недоброчесності.

Спеціальні (фахові, предметні) компетенції (СК): СК3. Здатність до управління туристичним процесом у публічному секторі, в туристичній дестинації, туристичному підприємстві на різних ієрархічних рівнях; СК4. Здатність організовувати діяльність та співпрацю суб'єктів регіонального, національного та міжнародного туристичних ринків на засадах сталого розвитку з урахуванням світового досвіду; СК7. Здатність розробляти та впроваджувати інновації в діяльності суб'єктів туристичного ринку.

Програмні результати навчання (ПРН): ПРН2. Спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур у сфері туризму і рекреації; ПРН5. Здійснювати комплексний аналіз і оцінювання функціонування туристичного ринку різних ієрархічних рівнів, прогнозувати тенденції його розвитку; ПРН6. Аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку; ПРН7. Організовувати співпрацю зі стейкхолдерами, формувати механізми взаємодії суб'єктів туристичного ринку з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності; ПРН8. Управляти процесами в суб'єктах індустрії туризму та рекреації на різних ієрархічних рівнях, які є складними, непередбачуваними і потребують нових стратегічних підходів; ПРН12. Аналізувати, формулювати і реалізовувати національну та регіональну туристичну політику, вдосконалювати механізми управління туристичними дестинаціями на національному, регіональному та локальному рівнях; ПРН12. Аналізувати, формулювати і реалізовувати національну та регіональну туристичну політику, вдосконалювати механізми управління туристичними дестинаціями на національному, регіональному та локальному рівнях; ПРН13. Здійснювати комплексну оцінку ефективності сталого розвитку туристичних дестинацій, зокрема сільських територій, що є пріоритетним напрямом розвитку, як національного так і міжнародного туризму.

2. Програма та структура навчальної дисципліни для:

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин												
	денна форма							Заочна форма					
	тижні	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
			л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Модуль 1.													
Основи функціонування та управління туристичними дестинаціями													
Тема 1. Туристична дестинація як елемент системи управління	1	10	2	1			7	9	1				8
Тема 2. Туристичні ресурси, як формоутворюючий елемент туристичної дестинації	2	10	2	1			7	10		1			9
Тема 3. Сутність управління туристичними дестинаціями	3	10	2	1			7	10	1				9
Тема 4. Діяльність організацій з управління туристичними дестинаціями	4	10	2	1			7	10		1			9

Тема 5. Інтеграційні процеси в туристичних дестинаціях	5	10	2	1			7	10	1				9
Тема 6. Кластерний підхід в управлінні туристичними дестинаціями	6	10	2	1			7	10		1			9
Тема 7. Регіональний розвиток туризму Методологія визначення сільських територій як потенційної дестинації	7	10	2	1			7	10	1				9
Тема 8. Концепція розвитку туристичних дестинацій сільських територій	8	10	2	1			7	10		1			9
Разом за модулем 1	-	80	16	8	-	-	56	79	4	4	-	-	71
Модуль 2. Управління розвитком туристичних дестинацій													
Тема 9. Конкурентоспроможність туристичних дестинацій	9	10	2	1			7	10	1				9
Тема 10. Стратегічне планування розвитку туристичних дестинацій	10	10	2	1			7	10		1			9
Тема 11. Маркетинг туристичних дестинацій	11	10	2	1			7	10	1				9
Тема 12. Бренд-менеджмент туристичних дестинацій	12	10	2	1			7	10		1			9
Тема 13. Інновації, інвестиції та цифрова трансформація туристичних дестинацій	13	10	2	1			7	10	1				9
Тема 14. Управління сталим розвитком туристичної дестинації	14	10	2	1			7	10		1			9
Тема 15. Карт-схема формування і просування туристичного продукту дестинації	15	10	2	1			7	11	1	1			9
Разом за модулем 2		70	14	7	-	-	49	71	4	4	-	-	63
		150	30	15	-	-	105	150	8	8	-	-	134

3. Темі лекцій

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
-------	------------	-----------------

Модуль 1.		
Основи функціонування та управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ		
1	Туристична DESTИНАЦІЯ як елемент системи	2
2	Туристичні ресурси, як формоутворюючий елемент туристичної DESTИНАЦІЇ	2
3	Сутність управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ	2
4	Діяльність організацій з управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ	2
5	Інтеграційні процеси в туристичних DESTИНАЦІЯХ	2
6	Кластерний підхід в управлінні туристичними DESTИНАЦІЯМИ	2
7	Регіональний розвиток туризму Методологія визначення сільських територій як потенційної DESTИНАЦІЇ	2
8	Концепція розвитку туристичних DESTИНАЦІЙ сільських територій	2
Модуль 2.		
Управління розвитком туристичних DESTИНАЦІЙ		
9	Конкурентоспроможність туристичних DESTИНАЦІЙ	2
10	Стратегічне планування розвитку туристичних DESTИНАЦІЙ	2
11	Маркетинг туристичних DESTИНАЦІЙ	2
12	Бренд- менеджмент туристичних DESTИНАЦІЙ	2
13	Інновації, інвестиції та цифрова трансформація туристичних DESTИНАЦІЙ	2
14	Управління сталим розвитком туристичної DESTИНАЦІЇ	2
15	Карт-схема формування і просування туристичного продукту DESTИНАЦІЇ	2
	Всього	30

4. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Модуль 1.		
Основи функціонування та управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ		
1	Визначення структури туристичної DESTИНАЦІЇ та її ключових елементів	1
2	Ідентифікація та класифікація туристичних ресурсів DESTИНАЦІЇ	1
3	Розробка структурної моделі управління туристичною DESTИНАЦІЄЮ	2
4	Порівняльний аналіз діяльності місцевих органів управління DESTИНАЦІЄЮ в Україні та ЄС	1
5	Побудова моделі кластерної взаємодії в межах туристичної DESTИНАЦІЇ	2
Модуль 2.		
Управління розвитком туристичних DESTИНАЦІЙ		
6	Стратегічні інструменти аналізу конкурентоспроможності туристичної DESTИНАЦІЇ	2
7	Розробка стратегічного плану розвитку туристичної DESTИНАЦІЇ	2
8	Формування маркетингової програми для просування DESTИНАЦІЇ	2
9	Побудова бренду туристичної DESTИНАЦІЇ: інструменти та підходи	1
10	Створення карт-схеми формування і просування туристичного продукту	1
	Всього	15

5. Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Модуль 1. Основи функціонування та управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ		
1	Типологія туристичних DESTИНАЦІЙ та їх класифікація у світовій практиці	8
2	Чинники, що впливають на формування туристичної привабливості регіону	9
3	Еволюція концепцій управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ: від класичних до сучасних моделей	9
4	Роль громадських організацій у менеджменті туристичних DESTИНАЦІЙ	9
5	Механізми державно-приватного партнерства у сфері управління DESTИНАЦІЯМИ	9
6	Кластери в туризмі: український та міжнародний досвід	9
7	Особливості туристичних кластерів у малих містах та сільських громадах	9
8	Туризм як інструмент розвитку територіальних громад: кейси з практики ЄС	9
Модуль 2. Управління розвитком туристичних DESTИНАЦІЙ		
9	Методи оцінювання конкурентоспроможності туристичних DESTИНАЦІЙ	9
10	SMART-підхід у стратегічному плануванні DESTИНАЦІЙ	9
11	Цільові аудиторії туристичних DESTИНАЦІЙ та їх сегментація	9
12	Інструменти побудови бренду туристичної DESTИНАЦІЙ	9
13	Digital-маркетинг у просуванні туристичних DESTИНАЦІЙ	9
14	Екоорієнтоване управління DESTИНАЦІЄЮ: міжнародні стандарти	9
15	Системи візуалізації туристичних продуктів: Google Maps, AR/VR, інтерактивні карти	9
	Всього	105

6. Методи та засоби діагностики результатів навчання:

- усне опитування;
- тестування;
- захист практичних робіт;
- самооцінювання;
- складання модульних та підсумкового контролів.

7. Методи навчання:

- метод проблемного навчання;
- метод практико-орієнтованого навчання;
- кейс-метод;
- метод перевернутого класу, змішаного навчання;
- метод навчання через дослідження;
- метод навчальних дискусій;
- метод командної роботи, мозкового штурму.

8. Оцінювання результатів навчання.

Оцінювання знань здобувача вищої освіти відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національну оцінку згідно чинного «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України».

8.1. Розподіл балів за видами навчальної діяльності

Вид навчальної діяльності	Результати навчання	Оцінювання
Модуль 1. Основи функціонування та управління туристичними destinations		
Практичне 1. Визначення структури туристичної destinations та її ключових елементів	<i>ПРН6</i> Здатен ідентифікувати основні структурні компоненти туристичної destinations, визначати їх функціональні зв'язки. (СК3)	10
Практичне 2. Ідентифікація та класифікація туристичних ресурсів destinations	<i>ПРН13</i> Застосовує методи оцінювання ресурсного потенціалу destinations, враховуючи принципи сталого розвитку (СК4)	15
Практичне 3. Розробка структурної моделі управління туристичною destinations	<i>ПРН8</i> Розробляє та обґрунтовує ефективну модель управління туристичним простором на різних рівнях. (СК3)	15
Практичне 4. Порівняльний аналіз діяльності місцевих органів управління destinations в Україні та ЄС	<i>ПРН12</i> Аналізує досвід державного управління destinations, виявляє можливості імплементації європейських підходів. (ЗК2)	10
Практичне 5. Побудова моделі кластерної взаємодії в межах туристичної destinations	<i>ПРН7</i> Формує кластери на основі міжгалузевої співпраці, оцінює їх вплив на конкурентоспроможність destinations. (СК4)	10
Самостійна робота за змістовним модулем 1	<i>ПРН2</i> Демонструє аналітичне мислення, поглиблені знання з основ управління destinations, вміння працювати з науковими джерелами та даними. (ЗК5)	10
Модульна контрольна робота 1.	<i>ПРН6</i> Вміє комплексно застосовувати теоретичні знання з модулю 1 для вирішення ситуаційних задач і кейсів. (СК3, ЗК8)	30
Всього за модулем 1		100
Модуль 2. Управління розвитком туристичних destinations		
Практичне 6. Стратегічні інструменти аналізу конкурентоспроможності туристичної destinations	<i>ПРН6</i> Володіє методами стратегічного аналізу конкурентного середовища та оцінювання переваг destinations. (СК3)	15
Практичне 7. Розробка стратегічного плану розвитку туристичної destinations	<i>ПРН8, ПРН12</i> Здатен розробляти стратегічні плани, враховуючи ризики, можливості, стейкхолдерів. (ЗК2)	15
Практичне 8. Формування маркетингової програми для просування destinations	<i>ПРН3</i> Створює ефективні маркетингові стратегії destinations з використанням цифрових інструментів. (СК7)	10
Практичне 9. Побудова бренду туристичної destinations: інструменти та підходи	<i>ПРН7</i> Формує бренд destinations з урахуванням її ідентичності, цінностей, конкурентних переваг. (СК7)	10
Практичне 10. Створення карт-схеми формування і просування туристичного продукту	<i>ПРН3, ПРН13</i> Розробляє інструменти візуалізації турпродукту для підвищення впізнаваності destinations.	10
Самостійна робота за змістовним модулем 2	<i>ПРН2</i> Демонструє аналітичне мислення, може теоретично застосовувати знання до практичних ситуацій, здійснює критичний аналіз стратегій розвитку destinations. (ЗК5)	10
Модульна контрольна робота 2.	<i>ПРН8, ПРН13</i> Вміє застосовувати знання з управління розвитком туристичних	30

	дестинацій для вирішення комплексних практичних завдань; аналізує конкурентоспроможність, оцінює стратегічний потенціал, маркетингову діяльності та сталий розвиток дестинації. (ЗК8)	
Всього за модулем 2		100
Навчальна робота	$(M1 + M2)/2 * 0,7 \leq 70$	
Екзамен	30	
Всього за курс	$(\text{Навчальна робота} + \text{екзамен}) \leq 100$	

8.2. Шкала оцінювання знань здобувача вищої освіти

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка за національною системою (екзамени/заліки)
90-100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно

8.3. Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів та перескладання	Пропущенні практичні заняття повинні бути відпрацьовані самостійно, виконані роботи здаються через навчальний портал університету на перевірку викладачу. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (н-д, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Індивідуальні завдання (есе, презентації тощо), що передбачають роботу з джерелами, повинні мати коректні текстові посилання на першоджерело.
Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету).

9. Навчально-методичне забезпечення:

- електронний навчальний курс навчальної дисципліни (на навчальному порталі НУБіП України eLearn - <https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=5284>)
- методичні матеріали щодо вивчення навчальної дисципліни для здобувачів вищої освіти денної та заочної форм здобуття вищої освіти;
- програма виробничої (переддипломної) практики;
- методичні рекомендації до виконання випускної кваліфікаційної роботи.

10. Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Адамовський О.М., Кулаєц Я.М. (2025). Дослідження сутності туристичної дестинації та методів її розвитку. *Економічний простір*. №197. С. 262-269. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.197.262-269>

2. Джинджоян В.В., Тесленко Т.В., Горб К.М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності : навч. посіб. Київ : Каравела, 2022. 340 с. <https://surl.li/htkbgd>
3. Дорож Р.С., Адамовський О.М. (2024). Модель інноваційного розвитку туристичних дестинацій в Україні. *Сталий розвиток економіки*. № 1(48). С. 93-98.
4. Дудяк Р.П., Бугіль С.Я., Ступень Р.М. Маркетинг у туризмі: навч. посіб. Львів : Галицька видавнича спілка, 2021. 360 с.
5. Любіцева О. О., Белоусова Н. В., Скоростецька О. О. Особливості формування туристичної дестинації як елемента смарт-міста. *Географія та туризм*. 2020. № 58. С. 3–10.
6. Миронов Ю. Б. Кластерна модель розвитку туристичної дестинації. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2023. № 8. С. 20–28.
7. Михайліченко Г.І. (2020). Управління потенціалом туристичних дестинацій. *Інноваційна економіка*. 1-2 [82]. DOI: <https://doi.org/10.37332/2309-1533.2020.1-2.19>
8. Наумова О., Кудряшов Є. (2023). Життєвий цикл туристичних дестинацій в контексті управління розвитком. *Вчені записки Університету «КРОК»*, № 4(72). С. 111-122.

Додаткові

9. Благун І. І., Папп В. В., Бошота Н. В. Особливості маркетингової діяльності туристичних підприємств в Україні. *Бізнес Інформ*. 2021. №8. С. 210–216. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-8-210-216>
10. Брич В., Кифяк О. (2020). Теоретико-методологічні основи формування туристичних дестинацій у західноукраїнських прикордонних регіонах. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*, Вип. 4. С. 114-126. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2020.04.114>
11. 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.
12. Касенкова К.В. (2020). Організації з маркетингу дестинацій як інструмент розвитку територій. *Інфраструктура ринку*. Вип. 49. С. 19-22. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastructure49-4>
13. Коломицева О.В., Баранюк Д.С., Бойко С.Г. (2022). Методики маркетингової оцінки туристичних дестинацій. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету*, Вип. 66. С. 79-87.
14. Корж Н.В., Онищук Н.В. (2021). Фактори інноваційного розвитку туристичних дестинацій. *Економіка і організація управління*. Вип. 4 (44). С. 45-54.
15. Корюгін А. В. Маркетингові інструменти туристичної індустрії: досвід ЄС. *Інвестиції: практика та досвід*. 2022. № 2. С. 88-94.
16. Костинець В. В. Тенденції цифровізації у сфері брендингу туристичних дестинацій. *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського*. 2019. № 6(2). С. 26–30.
17. Кучерява Г.О. (2023). Туристична дестинація як об'єкт управління в туризмі. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету*. Серія Історія, економіка, філософія. №28. DOI: <https://doi.org/10.32589/2412-9321.28.2023.280703>
18. Маркетингова стратегія України як туристичної дестинації. Державне Агентство Розвитку Туризму України, 2023. URL: <https://promote.ukraine.ua/wp-content/uploads/2021/03/Marketingova-strategiya-Ukrayiny-yak-turystychnoyi-destynatsiyi-2021-2023.pdf>

19. Однолько В. (2023). Розвиток туристської дестинації та шляхи підвищення її конкурентоспроможності. *Theoretical and practical aspects of modern scientific research*. DOI: <https://doi.org/10.36074/logos-24.11.2023.07>
20. Садовенко С. (2024). Туристичні дестинації України як домінантні складові матеріальної й духовної культури в сучасних соціально-культурних умовах. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. №4. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-3209.4.2024.322798>
21. Семенова М., Гунаре М. (2019). Правове визначення туристичної дестинації з урахуванням міжнародного законодавства та національного законодавства країн ЄС. *Право та інновації* № 4 (28). С. 34-39. DOI: <https://doi.org/10.31359/2311-4894-2019-28-4-34>
22. Семенова М.В., Гунаре М. (2019). Правове визначення туристичної дестинації з урахуванням міжнародного законодавства та національного законодавства країн ЄС. *Право та інновації*, № 4(28). С. 34-39.
23. Смаль Б. А. Інституційні засади підвищення рівня якості продукції та послуг туристичних дестинацій. *Економічний форум*. 2021. № 4. С. 62–69.
24. Управління туризму та промоцій Київської міської державної адміністрації. URL: <https://kyivcity.gov.ua/content/upravlinnya-turyzmu-tapromociy.html>.
25. Шостак, В., & Москвич, О. (2024). Креативний маркетинг у розвитку туристичних дестинацій. *Економіка та суспільство*, (61). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-10>