



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ»

Ступінь вищої освіти – Магістр
Спеціальність 242 «Туризм»
Освітня програма «Міжнародний туристичний бізнес»
Рік навчання – 1, семестр - 1
Форма навчання денна
Кількість кредитів ЄКТС 6
Мова викладання українська
д.е.н., професор Левицька Інна Ванадіївна

Лектор дисципліни

Контактна інформація
лектора (e-mail)
Сторінка дисципліни в
Elearn

професор кафедри готельно-ресторанної справи та туризму
inna_levytska@ukr.net ilevytska@nubip.edu.ua

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=5284>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна «Розвиток туристичних дестинацій» є однією із дисциплін обов'язкової компоненти освітньої програми підготовки магістрів і полягає у формуванні базових теоретичних знань вчення про туристичні дестинації, набуття навиків управління формуванням та сталим розвитком туристичних дестинацій. Завдання даної дисципліни є: ознайомити студентів з основними теоріями та механізмами формування та розвитку туристських дестинацій; завданнями та функціями менеджменту туристських дестинацій; методологією забезпечення конкурентоспроможності туристських дестинацій; особливостями формування маркетингової політики туристських дестинацій; структурою та особливостями дії механізмів міжгалузевої взаємодії та державно-приватного партнерства в управлінні туристськими дестинаціями; моделями забезпечення сталого розвитку туристських дестинацій. Навчити студентів збирати інформаційну базу даних стосовно функціонування туристської дестинації та аналізувати економічні результати її діяльності; формувати та реалізувати продуктову та комунікаційну політику туристських дестинацій; розробляти стратегічні та маркетингові плани розвитку туристських дестинацій та окремих аспектів її діяльності. Володіти навичками формування комплексу маркетингових комунікацій туристичної дестинації; навичками управління туристськими дестинаціями. здатен продемонструвати: розробку карт-систем формування та просування турпродукту дестинації

Компетентності ОП:

Інтегральна компетентність: Здатність ставити та успішно вирішувати на достатньому професійному рівні науково-дослідницькі та практичні завдання, узагальнювати практику міжнародного туристичного бізнесу і рекреації, прогнозувати напрями їх розвитку, і вирішувати професійні проблеми та практичні завдання міжнародної туристичної діяльності у процесі роботи та/або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій, зокрема для розвитку туристичного продукту сільських дестинацій та представлення його на міжнародному рівні

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.

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 організувати 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.

СК8. Здатність розробляти та сприяти упровадженню регіональних програм розвитку сталого туризму.

СК9. Здатність застосовувати інноваційні методи просування національного туристичного продукту (дестинації) на міжнародний ринок.

СК11. Здатність створювати спеціалізовані екологічні туристичні продукти та організувати обслуговування туристів на природоохоронних територіях.

Програмні результати навчання (ПРН) ОП:

ПРН4. Проводити аналіз геопросторової організації туристичного процесу, проєктувати його стратегічний розвиток на засадах сталості.

ПРН7. Організувати співпрацю зі стейкхолдерами, формувати механізми взаємодії суб'єктів туристичного ринку з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.

ПРН12 Аналізувати, формулювати і реалізовувати національну та регіональну туристичну політику, вдосконалювати механізми управління туристичними дестинаціями на національному, регіональному та локальному рівнях.

ПРН15. Здійснювати комплексну оцінку ефективності сталого розвитку туристичних дестинацій, зокрема сільських територій, що є пріоритетним напрямом розвитку, як національного так і міжнародного туризму.

СТРУКТУРА ДИЦИПЛІНИ

| Тема | Години (лекції/лабораторні, практичні, семінарські) | Результати навчання | Завдання | Оцінювання |
|---|--|--|---|------------|
| Модуль 1 Основи функціонування та управління туристичними дестинаціями | | | | |
| Тема 1. Туристична дестинація як елемент системи | 2/2 | Знати основні поняття сучасного вчення про дестинації; вміти розробляти заходи з реалізації ТД в розрізі її життєвого циклу | Опитування, тестування (в.т.ч. в elearn), дискусії, презентації | 10 |
| Тема 2. Туристичні ресурси, як формоутворюючий елемент туристичної дестинації | 2/2 | Знати класифікацію туристських ресурсів; володіти методикою визначення, аналізу та відбору території в якості потенційної дестинації | Виконання ситуаційних та практичних завдань, тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії | 10 |
| Тема 3. Сутність управління туристичними туристичними | 2/2 | Знати зміст та процес системи управління; розуміти значимість компетентнісного середовища дестинації; зміст інтегрального управління в туризмі; вміти формувати компетентнісне середовище дестинації, вибудувувати організаційні зв'язки, володіти методами управління складовими системи-дестинація | Виконання ситуаційних та практичних завдань, тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії | 10 |
| Тема 4. Діяльність організацій з управління туристичними дестинаціями | 2/2 | Знати інституційне середовище дестинацій різного рівня; розуміти правовий статус, фінансування і структура організацій з | Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії | 10 |

| | | | | |
|--|--------------|---|---|------------|
| | | управління туристичними дестинаціями; знати функції управління туристичною діяльністю | Практичні завдання Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn) | |
| Тема 5. Інтеграційні процеси в туристичних дестинаціях | 2/2 | Розуміти важливість інтеграційних процесів при формуванні туристичних дестинацій; вміти використовувати ефективні форми інтеграції на ринку туристичних послуг | Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії Практичні завдання Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn) | 10 |
| Тема 6. Кластерний підхід в управлінні туристичними дестинаціями | 2/2 | Знати технологію формування туристичного кластеру; володіти механізмами управління та функціонування туристських кластерів; вміти діагностувати та виявляти різні типи проблемних ситуацій в тур індустрії; вміти планувати та здійснювати контроль за реалізацією проекту; забезпечувати координацію дій зі всіма членами кластера | Тестування та індивід. завдання опитування, практичні | 10 |
| Тема 7. Регіональний розвиток туризму Методологія визначення сільських територій як потенційної дестинації | 2/2 | Володіти інформацією щодо регіонального розвитку туризму та туристично-рекреаційного потенціалу сільських територій, вміти визначити сільську територію, як потенційну дестинацію й оцінювати її ресурсну базу | Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії Практичні завдання Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn) | 10 |
| Тема 8. Концепція розвитку туристичних дестинацій сільських територій | 2/2 | Вміти розробити концепцію розвитку туристичної дестинації використавши туристично- рекреаційний потенціал сільських територій і вміло презентувати | Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, представлення розробленої концепції туристичної дестинації | 10 |
| <i>Модульний контроль 1</i> | | | | <i>30</i> |
| <i>Разом за модулем 1</i> | <i>16/16</i> | | | <i>100</i> |
| | | | | |

Модуль 2. Менеджмент туристичних дестинацій

| | | | | |
|--|---------------------------|---|--|--------------------------|
| <p>Тема 9. Конкурентоспроможність туристичних дестинацій</p> | <p align="center">2/2</p> | <p>Володіти оперативною інформацією про стан зовнішнього ринку, навиками аналізу ефективності програм розвитку дестинації; знати розстановку сил на ринку; вміти позиціонувати дестинацію у зовнішньому середовищі; вміти враховувати регіональні особливості розвитку туризму окремих сільських територій в процесі проектування відповідного рівня конкурентних переваг</p> | <p>Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії Ситуаційні завдання, практичні завдання Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn)</p> | <p align="center">10</p> |
| <p>Тема 10. Стратегічне планування розвитку туристичних дестинацій</p> | <p align="center">2/2</p> | <p>Знати особливості організації і реалізації стратегій та програм для різних типів туристичних дестинацій, зокрема на сільських територіях; знати нормативно-технічну базу стратегічного планування в туризмі.; вміти формувати стратегічні програмні плани розвитку дестинації.</p> | <p>Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії Ситуаційні завдання, практичні завдання Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn)</p> | <p align="center">10</p> |
| <p>Тема 11. Маркетинг туристичних дестинацій</p> | <p align="center">2/2</p> | <p>Знати теоретичні основи територіального маркетингу; знати методику формування маркетингової стратегії туристських дестинацій та комплексу маркетингових комунікацій; вміти формувати маркетингову стратегію</p> | <p>Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії Ситуаційні завдання, практичні завдання Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn)</p> | <p align="center">10</p> |
| <p>Тема 12. Бренд-менеджмент туристичних дестинацій</p> | <p align="center">2/2</p> | <p>Знати методику розробки бренду і бренд буку туристських дестинацій; вміти розрізняти та знати особливості формування формалізованих і неформалізованих брендів</p> | <p>Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії Ситуаційні завдання, практичні завдання</p> | <p align="center">10</p> |
| <p>Тема 13. Інновації,</p> | <p align="center">2/2</p> | <p>Знати механізм формування</p> | <p>Тестування</p> | <p align="center">10</p> |

| | | | | |
|---|--------------|---|--|------------|
| інвестиції та цифрова трансформація туристичних дестинацій | | інноваційної підприємницької екосистеми, механізм залучення інвестицій дестинації; вміти впроваджувати інноваційні тренди в туризмі, визначати індикатори ефективності інвестиційних проектів; володіти трендами цифровізації в туризмі | (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії Ситуаційні завдання, практичні завдання | |
| Тема 14. Управління сталим розвитком туристичної дестинації | 4/4 | Знати сутність та значення сталого розвитку туризму, його процесу, концепцію доступного навантаження в процесі формування та розвитку туристичних дестинацій; володіти механізмами реалізації принципів сталого розвитку та його індикаторами | Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії Ситуаційні завдання, практичні завдання | 10 |
| <i>Модульний контроль 1</i> | | | | 30 |
| <i>Разом за модулем 2</i> | 14/14 | | | 100 |
| Разом за семестр | 30/30 | | | 70 |
| Екзамен | | | | 30 |
| Всього за курс | | | | 100 |

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

| | |
|---|---|
| <i>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</i> | Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний). |
| <i>Політика щодо академічної доброчесності:</i> | Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Самостійні роботи, реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу |
| <i>Політика щодо відвідування:</i> | Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування тощо) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету) |

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ

| Рейтинг студента, бали | Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків | |
|------------------------|--|---------------|
| | екзаменів | заліків |
| 90-100 | відмінно | зараховано |
| 74-89 | добре | |
| 60-73 | задовільно | |
| 0-59 | незадовільно | не зараховано |

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основні

1. Закон України «Про туризм». URL : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
2. Наказ № 330 «Про затвердження Положення про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду України». *Новости турбізнесу*. 2009. №15 (137). С. 39- 41..
3. Божук Т. Рекреаційно-туристичні дестинації: теорія, методологія, практика. / Тетяна Божук. – Львів: Український бестселер, 2014. – 468 с
4. Головчан А.І. Теоретико-методологічні підходи до визначення сутності туристичних дестинацій та управління ними. *Торгівля і ринок України: темат. зб. наук. пр.* Донецьк: ДонНУЕТ, 2009. Вип. 27. С. 104– 105.
5. Буднікевич І. Муніципальний маркетинг: теорія, методологія, практика. ІРД НАН України. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2012. 645 с.
6. Гаврилук С. П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу: навч. посібник. К.: Київ. Національний торговий економічний університет, 2006. 180 с. 11.
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 дестинаціями : підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
9. Левицька І.В. Маркетингове управління процесом формування туристичного продукту суб'єктами господарської діяльності / Менеджмент суб'єктів господарювання в умовах забезпечення сталого розвитку: кол. монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. Тарасюк Г.М. – Житомир: ЖДТУ, 2017. – 300 с. – С. 260-275
10. Левицька І.В. Маркетингове забезпечення рівня конкурентних переваг у формуванні прибутковості підприємств / Соціально-трудова та економічні пріоритети розвитку виробничих систем у прискоренні євроінтеграції: монографія/ за наук. ред. д-ра екон. наук., проф. В.М.Нижника. – Хмельницький :ХНУ, 2019. – 670 с.
11. Inna Levytska, Strategic management of the enterprise: analysis of sectoral determinants/ Inna Kuznetsova, Olha Balabash, Tetyana Skrypko, Svitlana Zaika / Independent Journal of Management & Production (IJMP)/ v. 13, n. 3, Special Edition ISE, S&P -May 2022 <https://sdbindex.com/Documents/index/00000143/00001-54829>
12. Inna Levytska, Strategy of tourism development for the middle-sized town: from scenarios to strategic maps / A. Klymchuk, N. Biletska, N. Kotseruba / Journal of Environmental Management and Tourism – 2020. - Volume XI, Issue

6(46) – S. 1445-1454 <https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/5532>

13. Левицька І.В. Визначення території, як потенційної туристичної дестинації / Постова В.В./ Вісник Хмельницького національного університету Економічні науки. – 2017.- №6, Т.3 (253) С.12-18

14. Levytska I. Current situation of the tourist industry in Ukraine: problems of development and ways of improvement / Mykutysei T.D./ Науковий журнал НУБіП України «Біоекономіка і аграрний бізнес». №1 – 2020 с.

15. Мазаракі А.А. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг) : монографія. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 388 с.

16. Маркетинг для магістрів: навч. посіб. / за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. Суми: ВТД — Університетська книга, 2007. 928 с. 15.

17. Решетілова Т. Б., Довгань С. М. Маркетингові дослідження: підручник. Електрон.текст.дані. Дніпропетровськ: НГУ, 2015. 357 с. URL: <http://nmu.org.ua>

18. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. К.: КНТЕУ, 2006. 537 с.

19. Штефаніч Д. А., Братко О. С., Дячун О. Д., Окрепкий Р. Б. Маркетинговий аналіз: навчальний посібник. Тернопіль: Економічна думка ТНЕУ, 2012. 296 с

Додаткові

20. A Practical Guide to Tourism Destination Management. World Tourism Organization. Madrid. Spain. First printing. 2007 URL : <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284412433>

21. Дядечко Л.П. Теорія і практика логістизації механізмів формування та обслуговування туристичних потоків: монографія. Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. 243 с

22. 31. Любіцева О. О., Третьяков О. В. Типізація дестинацій. Географія та туризм: зб. наук. пр. К., 2012. Вип. 17. С. 3-9.

23. Manual on Accessible Tourism for All: Principles, Tools and Best Practices – Module V: Best Practices in Accessible Tourism.

24. Fifield P., Gilligan C. Strategic Marketing Management. Planning and Control, Analysis and Decisions. Englewood Cliffs, Prentice Hall, 1995.

25. Kaspar, C. Das Schweizerische Tourismuskonzept. Bern, 1979.

26. Kotler P., Armstrong G. Principles of marketing. Englewood Cliffs, Prentice Hall, New York, 1989.

27. Kotler, P. Marketing places. New York: Free press, 1993. 367 p.

28. Levitt Theodore. The Globalization of Markets // Harvard Business Review. 1983. 61 (3). С. 92-102.

29. Male от McDonald. Marketing Plans: How to prepare them, how to use them — England, CIM, 1995.

30. Snepenger, D., Snepenger M., Dalbey M., Wessol A. Meanings and Consumption Characteristics of Places at a Tourism Destination. Journal of Travel Research, 2007, no. 45 (3), pp. 310–321.

Інтернет-ресурси

31. Звіт про конкурентоспроможність подорожей і туризму 2019.
Офіційний сайт Всесвітнього економічного форуму. URL :
http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/?doing_wp_cron=1567434061.3136858940124511718750

