|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Силабус курсу: | |  |
| **УПРАВЛІННЯ ТУРИТИЧНОЮ ДЕСТИНАЦІЄЮ** | |
| ***Ступінь вищої освіти:*** | Бакалавр | |
| ***Спеціальність:*** | 241 «Готельно-ресторанна справа» | |
| ***Рік підготовки:*** | 4 | |
| ***Семестр викладання:*** | весняний | |
| ***Кількість кредитів ЄКТС:*** | 5 | |
| ***Мова(-и) викладання:*** | українська | |
| ***Вид семестрового контролю*** | залік | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Автор курсу та лектор:*** | | | | |  | | |
| д.е.н., доц., Зеленко Олена Олександрівна | | | | | | | |
| вчений ступінь, вчене звання, прізвище, ім’я та по-батькові | | | | | | | |
| професор кафедри міжнародної економіки і туризму | | | | | | | |
| посада | | | | | | | |
| zelenko@snu.edu.ua |  | +38-050-939-74-49 |  | Viber за номером телефону | |  | 216aНК аудиторія кафедри МЕіТ |
| електронна адреса |  | телефон |  | месенджер | |  | консультації |

**Анотація навчального курсу**

|  |  |
| --- | --- |
| ***Цілі вивчення курсу:*** | **Метою лекційних занять** є розкриття сутності дестинацій як організаційної структури туризму; проведення типізації туристичних дестинацій на основі класифікації туристичних ресурсів та інтенсивності їх використання; розкриття ролі життєвого циклу дестинацій у розвитку туризму; дослідження тенденцій розвитку туризму в Україні та процесів формування дестинацій.  **Метою самостійної роботи** за дисципліною є засвоєння студентом навчального матеріалу в час, вільний від обов'язкових навчальних занять, без участі викладача; переорієнтація із лекційно-інформативної на індивідуально-диференційовану, особистісно-орієнтовану форму та на організацію самоосвіти студента; поглиблення, узагальнення та закріплення знань, які студенти отримують у процесі навчання, а також застосування цих знань на практиці шляхом виконання індивідуальних завдань. |
| ***Результати навчання:*** | **Знання:** Здатність до демонстрації системи знань щодо: основних визначень та термінів навчальної дисципліни; сутності та типізації дестинацій на основі класифікації туристичних ресурсів; основних принципи функціонування сучасних туристичних дестинацій у вітчизняній туристичній галузі; логістичних підходів до управління туристичними дестинаціями та механізмів оптимізації розвитку дестинацій на основі кластеризації туризму.  **Вміння:** будувати моделі розвитку туристичних дестинацій та формувати стратегічні альтернативи управління ними в туристичній галузі; визначати вплив економічної ефективності функціонування туристських дестинацій на привабливість для інвесторів та бізнесу; аналізувати підходи до управління туристичними дестинаціями; формувати стратегічні напрямки управління регіональним розвитком туристичних дестинацій. |
| ***Передумови до початку вивчення:*** | Базові знання щодо організації туристичної діяльності, знання щодо загальних економічних процесів на макро- і мікрорівнях, дисципліна вивчається після курсів «Організація туристичних подорожей», «Географія туризму», «Менеджмент готельно-ресторанного господарства» та «Маркетинг готельно-ресторанного господарства», «Організація готельного господарства», «Організація ресторанного господарства» тощо. |

**Мета курсу (набуті компетентності)**

**Мета викладання дисципліни** є поглиблення теоретико-методичних знань студентів щодо основ формування й розвитку туристичних дестинацій.

Вивчення даного навчального курсу призначене для формування, удосконалення та розвитку у здобувача вищої освіти наступних компетентностей:

ЗК 05. Здатність працювати в команді

ЗК 07. Цінування мультикультурності.

ЗК 09. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 10. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

СК 04. Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії.

СК 11. Здатність виявляти, визначати й оцінювати ознаки, властивості і показники якості продукції та послуг, що впливають на рівень забезпечення вимог споживачів у сфері гостинності.

СК 12. Здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати бізнес-ідею розвитку суб’єктів готельного та ресторанного бізнесу.

Що забезпечується досягненням наступних програмних результатів навчання:

РН 07. Організовувати процес обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.

РН 08. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами готельних та ресторанних послу.

РН 12. Здійснювати ефективний контроль якості продуктів та послуг закладів готельного і ресторанного господарства

РН 16. Виконувати самостійно завдання, розв’язувати задачі і проблеми, застосовувати їх в різних професійних ситуаціях та відповідати за результати своєї діяльності.

РН 19. Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості.

РН 20. Розуміти вимоги до діяльності за спеціальністю, зумовлені необхідністю забезпечення сталого розвитку України, її зміцнення як демократичної, соціальної, правової держави.

**Структура курсу**

| № | Тема | Години (Л/ПЗ) | Стислий зміст | Інструменти і завдання |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | **Наукові засади визначення поняття «туристична дестинація»** | 2/2 | Мета і завдання дисципліни. Предмет, зміст і структура дисципліни. Туристична дестинація як центральний елемент в процесі формування та реалізації турпродукту. Еволюція підходів до визначення поняття «туристична дестинація». Принцип міждисциплінарності в розумінні туристичних дестинацій. ацій. Туристична і рекреаційно-туристична дестинації як маркетингові одиниці й управлінські категорії. Складові елементи дестинації. | Презентації в  PowerPoint.  Ділові ігри.  Аналіз ситуацій.  Тести. |
| 2 | **Моделі рекреаційно-туристичних дестинацій.** | 2/2 | Класифікація видів дестинацій. Типологія туристичних дестинацій. Моделі дестинацій: еволюційно-генетична модель, функціональна модель структурна модель, типологічна модель, інформаційна модель. Особливості інтеграційних процесів в управлінні організаціями індустрії туризму в регіоні. Мережеві структури співпраці підприємств в туристичній дестинації. Стратегічні альянси як форма співпраці в туристичній дестинації. Поняття туристичного кластеру, його структура. Види кластерів. Умови формування  кластерних утворень. | Презентації в  PowerPoint.  Ділові ігри.  Практичні вправи.  Аналіз ситуацій.  Тести.  Індивідуальні завдання. |
| 3 | **Інструменти управління туристичними дестинаціями** | 2/2 | Елементи механізму менеджменту туристичними дестинаціями. Управлінський механізм дестинацією. Вертикальна ієрархія управління розвитком туризму. Концепція прогресивного розвитку. Типи цілей державного управлінського механізму в туристичній індустрії. Методи вивчення туристичних потоків і перспективних географічних ринків дестинацій. Методика розрахунку індексів туристичної вибірковості та пріоритетності ринку збуту турпродукту дестинації. | Презентації в  PowerPoint.  Практичні вправи.  Аналіз ситуацій.  Тести.  Індивідуальні завдання. |
| 4 | **Особливості управління туристичною дестинацією** | 2/2 | Життєвий цикл туристичних дестинацій (концепції Плога, Р.Батлера, Т.Ткаченко). Еволюція циклу дестинації. Гіпотетична дестинація. Сталість розвитку туризму. Рекреаційно-туристичне природокористування . | Презентації в  PowerPoint.  Практичні вправи.  Аналіз ситуацій.  Тести.  Індивідуальні завдання. |
| 5 | **Стратегічне планування розвитку дестинації** | 3/3 | Туристична дестинація як об’єкт управління. Принципи управління туристичною дестинацією. Цілі управління туристичною дестинацією. Поняття стратегічного планування розвитку дестинації, його інструментарій. Методологія аналізу та стратегічного планування розвитку туристичних дестинацій. Методичні засади оцінювання туристичної дестинації. SWOT-аналіз основних напрямів стратегічного розвитку регіону (дестинацій). Розробка оперативних цілей стратегічного розвитку. Організація виконання стратегічного плану, моніторинг результатів. | Презентації в  PowerPoint.  Практичні вправи. Тести. Індивідуальні завдання. |
| 6 | **Управління конкурентоспроможністю туристичної дестинації.** | 2/2 | Сутність і зміст конкуренції і конкурентних переваг в туризмі. Особливості конкурентоспроможності туристичних дестинацій. Концептуальні моделі конкурентоспроможності туристичних дестинацій. Оцінка конкурентоспроможності та привабливості туристичних дестинацій. Напрями підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій. Провести аналіз туристичної привабливості регіону (за вибором), виділити його сильні та слабкі сторони, можливості та загрози. | Презентації в  PowerPoint.  Ділові ігри.  Практичні вправи.  Тести. |
| 7 | **Управління маркетингом туристичних дестинацій** | 2/2 | Територіальний маркетинг в туристичних дестинаціях. Формування маркетингової стратегії туристичних дестинацій. Формування комплексу маркетингових комунікацій туристичних дестинацій. Бренд – менеджмент туристичної дестинації. Сутність бренду туристичної дестинації. Розробка бренду і брендбук. Неформалізовані бренди туристичних дестинацій. Формалізовані брендитуристичних дестинацій. Концепція туристичного бренду  України. Провести дослідження туристичного продукту дестинації. | Презентації в  PowerPoint.  Практичні вправи. Тести. Індивідуальні завдання. |
| 8 | **Система формування та просування турпродукту дестинацій** | 2/2 | Дестинація - продукт споживання як основа впровадження карт-системи. Механізм дії карт-системи дестинацій. Типи карток турпродукту дестинацій. Туристичні потоки та ринки збуту турпродукту дестинації. Фактори розвитку туризму як ринку збуту послуг дестинацій. «Туристична привабливість» як фактор розвитку дестинації. Дослідити інноваційні маркетингові технології в туризмі, розробити пропозиції для конкретних дестинацій. | Презентації в  PowerPoint.  Практичні вправи. Тести. Індивідуальні завдання. |

**Рекомендована література**

**Основна література:**

1. Туристичні дестинації (теорія, управління, брендинг): монографія / А.А. Мазаракі та ін.; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К.: КНТЕУ, 2013. – 388 с.
2. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т. І. Ткаченко. – К. : КНТЕУ, 2009. – 463 с.
3. Басюк Д. І. Теоретичні і прикладні основи формування дестинацій винного туризму: монографія. / Д. І. Басюк. – Кам'янець-Подільський: Видавець ПП Д.Г.Зволейко, 2014. 272с.
4. Божук Т. Рекреаційно-туристичні дестинації: теорія, методологія, практика / Тетяна Божук. – Львів: Український бестселер, 2014. – 400 с.
5. Корж Н. В. Управління туристичними дестинаціями: підручник / Корж Н. В., Басюк Д. І. – Вінниця: ПП «ТД Едельвейс і К», 2017. – 322 с.

**Інформаційні ресурси.**

1. Все про туризм: туристична бібліотека. – Режим доступу: http://infotour.in.ua/index.htm
2. Система дистанційного навчання СНУ ім. В. Даля – Режим доступу: <http://moodle.snu.edu.ua/>
3. Сайт №2 системи дистанційного навчання СНУ ім. В. Даля – Режим доступу: <http://moodlesti.snu.edu.ua/>

**Оцінювання курсу**

За повністю виконані завдання студент може отримати визначену кількість балів:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Інструменти і завдання | Кількість балів | |
| Денна форма | Заочна форма |
| Присутність на заняттях та засвоєння лекційного матеріалу за темами | 60 | 20 |
| Присутність на заняттях (у період настановної сесії) та своєчасне виконання самостійних практичних завдань у межах тем | - | 30 |
| Індивідуальна робота | 20 | 30 |
| Залік | 20 | 20 |
| **Разом** | **100** | **100** |

**Шкала оцінювання студентів**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Сума балів за всі види навчальної діяльності | ОцінкаECTS | Оцінка за національною шкалою | |
| для екзамену, курсового проекту (роботи), практики | для заліку |
| 90 – 100 | А | відмінно | зараховано |
| 82-89 | В | добре |
| 74-81 | С |
| 64-73 | D | задовільно |
| 60-63 | Е |
| 35-59 | FX | незадовільно з можливістю повторного складання | не зараховано з можливістю повторного складання |
| 0-34 | F | незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни | не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни |

**Політика курсу**

|  |  |
| --- | --- |
| *Плагіат та академічна доброчесність:* | Дотримання академічної доброчесності за курсом ґрунтується на внутрішньо-університетській системі запобігання та виявлення академічного плагіату. До основних вимог за курсом віднесено - посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.  Перевірка текстів на унікальність здійснюється однаковими для всіх здобувачів засобами: – за допомогою програмного забезпечення Unicheck і засобів системи MOODLE; за Internet-джерелами – за допомогою програми Antiplagiarism.net. |
| *Завдання і заняття:* | Очікується, що всі здобувачі вищої освіти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Здобувачі мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку здобувачі зобов’язані дотримуватися термінів виконання усіх видів робіт, передбачених курсом. Якщо здобувач вищої освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час консультації викладача. Здобувач вищої освіти має право на оскарження результатів оцінювання. |
| *Поведінка в аудиторії:* | Курс передбачає індивідуальну та групову роботу. Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.  На аудиторні заняття слухачі мають з’являтися вчасно відповідно до діючого розкладу занять, яке міститься на сайті університету. Під час занять усі його учасники мають дотримуватися вимог техніки безпеки. |