

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ
ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ**

ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

**Факультет соціальних комунікацій і
музейно-туристичної діяльності**

Кафедра туристичного бізнесу

УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ДЕСТИНАЦІЯМИ

**Програма та навчально-методичні матеріали до
курсу**

Харків, ХДАК, 2023

УДК 338.48:658(073)

У 67

Друкується за рішенням ради факультету соціальних комунікацій і музейно-туристичної діяльності
(Протокол № 10 від 20.04.2023 р.)

Рецензенти:

Соляник А.А., доктор педагогічних наук, професор, проректор з наукової роботи ХДАК.

Гапоненко Г. І., к.е.н., доцент, доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Укладач:

Божко Любов Дмитрівна, доктор культурології, завідувач кафедри туристичного бізнесу

Управління туристичними дестинаціями : програма та навчально-методичні матеріали для бакалаврів 2 курсу спец. 242 «Туризм та рекреація», освітня програма «Туризмознавство» / М-во культури та інформ. політики України, Харків. держ. акад. культури, Ф-т соц. комунікацій і музейно-туристич. діяльності, Каф. туристичного бізнесу ; [уклад. Л. Д. Божко]. — Харків : ХДАК, 2023. — 20 с.

Навчальний курс «Управління туристичними дестинаціями» направлений на забезпечення вивчення теоретичних основ формування дестинацій, принципи, функції та механізми управління ними, основні аспекти конкурентоспроможності туристичних дестинацій різних рівнів.

УДК 338.48:658(073)

© Харківська державна академія культури, 2022 р.
© Л.Д. Божко, 2022 р.

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»	Вибіркова	
Індивідуальне навчально-дослідне завдання	Спеціальність – 242 «Туризм і рекреація»	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин - 90		4-й	-й
		Семестр	
			-
		Лекції	
		20 год.	год.
		Практичні, семінарські	
		10 год.	год.
		Лабораторні	
		год.	год.
		Самостійна робота	
		60 год.	год.
		Індивідуальні завдання:	
		год.	
		Вид контролю:	
		Екзамен	

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:
 для денної форми навчання – 33% до 67%

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Місце дисципліни в програмі навчання

Програма вивчення вибіркової навчальної дисципліни «Управління туристичними дестинаціями» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів напряму 242 «Туризм».

Вибіркова дисципліна викладається у восьмому семестрі в четвертий рік підготовки бакалаврів с туризму.

Навчальний курс «Управління туристичними дестинаціями» ґрунтується на змісті дисциплін «Організація туризму», «Менеджмент туризму», «Географія туризму», «Економіка туризму», «Маркетинг», «Рекреалогія», що визначає складність дестинації як центрального елемента системи туризму.

Мета вивчення дисципліни «Управління туристичними дестинаціями» - формування базових теоретичних знань вчення про туристичні дестинації, набуття навиків управління формуванням та сталим розвитком туристичних дестинацій.

Завдання вивчення дисципліни сформувати у студента

- здатність враховувати вплив глобальних тенденцій на середовище туристичного та готельно-ресторанного бізнесу;
- вміння організовувати ефективну конкурентоспроможну інноваційну діяльність туристичної дестинації;
- вміння використовувати нормативно-правові документи в своїй діяльності;
- здатність аналізувати соціально значимі проблеми і процеси в туристичній дестинації;
- здатність оцінювати вплив макроекономічного середовища на функціонування туристичних організацій, органів державного управління та місцевого самоврядування;
- здатність розробляти маркетингову стратегію регіону, планувати та здійснювати заходи, спрямовані на її реалізацію;
- здатність формувати систему маркетингу туристичної дестинації на міжнародному та внутрішньому туристичних ринках;
- здатність інтегрувати і координувати політику в галузі стійкого туризму для державного та приватного секторів на місцевому, національному і міжнародному рівнях.

Загальні та фахові компетентності, які формує дисципліна (відповідно до освітньо-професійної / освітньо-наукової програми)

Інтегральна компетентність	Здатність комплексно розв'язувати складні професійні проблеми та практичні завдання у сфері туризму як в процесі навчання, так і в процесі роботи, що передбачає застосування теорій та методів системи наук, які формують
----------------------------	--

	туризмознавство, і характеризуються комплексністю та невизначеністю умов
Загальні компетентності	<p>ЗК02. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя</p> <p>ЗК03. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо</p> <p>ЗК04. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу</p> <p>ЗК05. Прагнення до збереження навколишнього середовища</p> <p>ЗК06. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел</p> <p>ЗК07. Здатність працювати в міжнародному контексті</p> <p>ЗК08. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій</p> <p>ЗК09. Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово</p> <p>ЗК11. Здатність спілкуватися іноземною мовою</p> <p>ЗК12. Навички міжособистісної взаємодії</p> <p>ЗК13. Здатність планувати та управляти часом</p> <p>ЗК14. Здатність працювати в команді та автономно</p>
Спеціальні (фахові) компетентності	<p>ФК1. Знання і розуміння предметної області своєї професії та специфіки професійної діяльності</p> <p>ФК2. Уміння застосовувати фахові знання на практиці</p> <p>ФК3. Здатність аналізувати туристичний потенціал територій</p> <p>ФК4. Здатність орієнтуватись в організації туристично-рекреаційного простору, аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління</p> <p>ФК5. Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів</p> <p>ФК6. Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного)</p> <p>ФК7. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту</p> <p>ФК8. Розуміння принципів і процесів формування та організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та його підсистем</p>

	<p>ФК9. Здатність забезпечувати безпеку туристів у звичайних та складних форс-мажорних обставинах</p> <p>ФК10. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал</p> <p>ФК11. Здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку</p> <p>ФК12. Здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу</p> <p>ФК13. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації</p> <p>ФК14. Здатність працювати у міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості до інших культур, поваги до різноманітності та мультикультурності, розуміння місцевих і професійних традицій інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці</p> <p>ФК15. Здатність діяти у правовому полі, керуватися нормами законодавства</p> <p>ФК16. Уміння працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу</p>
--	--

Програмні результати навчання (відповідно до освітньо-професійної / освітньо-наукової програми).

Когнітивна (пізнавальна сфера)	<p>ПРН1. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів.</p> <p>ПРН2. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук.</p> <p>ПРН3. Знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ.</p> <p>ПРН4. Пояснювати особливості організації рекреаційно-туристичного простору.</p> <p>ПРН5. Аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території.</p> <p>ПРН6. Застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів.</p> <p>ПРН7. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.</p> <p>ПРН8. Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися.</p>
--------------------------------	---

	<p>ПРН9. Організувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.</p> <p>ПРН10. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна).</p>
Афективна (емоційна) сфера	<p>ПРН11. Володіти державною та іноземною (ними) мовою (мовами), на рівні, достатньому для здійснення професійної діяльності.</p> <p>ПРН12. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг.</p> <p>ПРН13. Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей.</p> <p>ПРН14. Проявляти повагу до індивідуального і культурного різноманіття.</p> <p>ПРН15. Проявляти толерантність до альтернативних принципів та методів виконання професійних завдань</p>
Психомоторна сфера	<p>ПРН16. Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості.</p> <p>ПРН17. Управляти своїм навчанням з метою самореалізації в професійній туристичній сфері.</p> <p>ПРН18. Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях.</p> <p>ПРН19. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань.</p> <p>ПРН20. Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання.</p> <p>ПРН21. Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.</p> <p>ПРН22. Професійно виконувати завдання в невизначених та екстремальних ситуаціях.</p>

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання. Рівень досягнення запланованих результатів навчання перевірятиметься за допомогою таких форм контролю: опитування, тестові завдання, доповіді, реферати, творчі завдання, то що.

Дедлайн та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання тем відбувається з дозволу викладача за наявності поважних причин (лікарняний і т. ін.).

Академічна доброчесність: Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Користування джерелами інформації

(списування) під час поточного тестування та складання іспитів заборонені (в т. ч. з використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.

Відвідування занять: участь та виконання завдань на практичних і семінарських заняттях є обов'язковою складовою системи оцінювання (накопичення балів). За поважних обставин (хвороба, стажування, пандемія і т. п.) навчання може відбуватись в он-лайн режимі за погодженням з адміністрацією ЗВО.

Перезарахування результатів вивчення навчальної дисципліни є можливим з урахуванням отриманих програмних результатів навчання, кількості кредитів, аудиторних годин та форм контролю.

Політика академічної поведінки та доброчесності (плагіат, поведінка в аудиторії): конфліктні ситуації мають відкрито обговорюватись в академічних групах з викладачем, необхідно бути взаємно толерантним, поважати думку іншого. Плагіат та інші форми нечесної роботи неприпустимі. Недопустимі підказки і списування у ході семінарських занять, контрольних роботах, на іспиті.

Норми академічної етики: дисциплінованість; дотримання субординації; чесність; відповідальність; робота в аудиторії з відключеними мобільними телефонами.

Правила дотримання академічної доброчесності працівниками і здобувачами вищої освіти, у тому числі розроблення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату в ХДАК, регламентуються Положеннями: https://ic.ac.kharkov.ua/public_inf/pologen/pologen/pologen_szap.pdf
https://ic.ac.kharkov.ua/public_inf/pologen/pologen/pologen_kpad18.pdf

2. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Поняття туристичної дестинації

1. Сучасні підходи до визначення поняття «туристична дестинація».
2. Типологія туристичних дестинацій
3. Життєвий цикл туристичних дестинацій

Тема 2. Методологія дослідження туристичних дестинацій

1. Цілі та напрями досліджень туристичних дестинацій.
2. Вивчення макросередовища розвитку дестинації.
3. Оцінка існуючих і потенційних ресурсів туризму.

Тема 3. Туристична дестинація як об'єкт управління

1. Принципи управління туристичною дестинацією
2. Сутність і взаємозв'язок функцій управління

Тема 4. Кластерний підхід в управлінні туристичними дестинаціями

1. Економічна сутність туристичного кластеру
2. Класифікація туристичних кластерів і стадії їх розвитку

3. Технологія формування туристичного кластера

Тема 5. Маркетинг туристичних дестинацій

1. Комплекс маркетингу туристичної дестинації.

2. Управління процесом формування, просування і реалізації

туристичного продукту місця - туристичної дестинації

3. Конкурентоспроможність туристичних дестинацій

4. Особливості формування та реалізації маркетингової стратегії

дестинації

Тема 6. Бренд-менеджмент туристичної дестинації

1. Сутність бренду туристичної дестинації.

2. Неформалізовані бренди туристичних дестинацій.

3. Формалізовані бренди туристичних дестинацій

3. Структура навчальної дисципліни

Перелік тем	Разом годин	Лекційні	Семинарські	Сам. робота
Тема 1. Поняття туристичної дестинації	12	2		10
Тема 2. Методологія дослідження туристичних дестинацій	14	2	2	10
Тема 3. Туристична дестинація як об'єкт управління	16	4	2	10
Тема 4. Кластерний підхід в управлінні туристичними дестинаціями	16	4	2	10
Тема 5. Маркетинг туристичних дестинацій	16	4	2	10
Тема 6. Бренд-менеджмент туристичної дестинації	16	4	2	10
Усього годин	90	20	10	60

4. Теми семінарських занять

№ п/п	Тематика	К-сть годин
1	Методологія дослідження туристичних дестинацій	2
2	Туристична дестинація як об'єкт управління	2
3	Кластерний підхід в управлінні туристичними дестинаціями	2
4	Маркетинг туристичних дестинацій	2
5	Бренд-менеджмент туристичної дестинації	2
Разом:		10

5. Темы самостійної роботи

№ п/п	Тематика	К-сть годин
1	Тема 1. Поняття туристичної дестинації	10
2	Тема 2. Методологія дослідження туристичних дестинацій	10
3	Тема 3. Туристична дестинація як об'єкт управління	10
4	Тема 4. Кластерний підхід в управлінні туристичними дестинаціями	10
5	Тема 5. Маркетинг туристичних дестинацій	10
6	Тема 6. Бренд-менеджмент туристичної дестинації	10
Разом:		60

6. Методи навчання і форми поточного та підсумкового контролю

Методи навчання

Пояснювально-ілюстративний: лекція, пояснення, ілюстрація, презентація.

Репродуктивний: відповіді на питання до семінарів, переказ прочитаних матеріалів, підготовка проєктів та презентацій.

Проблемного викладення: проблематизація кожної теми на початку викладення лекційного матеріалу з прикладами. Частково-пошуковий: евристична бесіда у формі активної лекції. Дослідницький: практичне самостійне дослідження.

Семінарські та практичні заняття.

Форми контролю

№ з/п	Вид контролю	Методи контролю
1.	Поточний	опитування, доповіді, контрольні питання, захист рефератів
2.	Періодичний	тестові завдання, захисти рефератів, ділові ігри
3.	Самостійна робота	творчі завдання, проблемні питання, проєкти, презентації
4.	Підсумковий контроль	тестові завдання, дискусійні питання, залік

Відпрацювання пропущених занять: доповіді, реферати.

Перезарахування результатів вивчення навчальної дисципліни

7. Розподіл балів, які отримують здобувачі освіти

Поточна успішність						Сам. робота	залік	Усього
T1	T2	T3	T4	T5	T6			
6	6	6	6	6	6	20	20	100

Розподіл балів за формами контролю.

Відвідування лекції / виконання завдань до лекційного матеріалу – 20 балів;

Робота на семінарських заняттях – 40 балів;

Самостійна робота – 20 балів;

Можлива кількість балів, набраних до підсумкової форми контролю – до 60 балів

Підсумковий контроль – 20 балів

Всього: до 100 балів.

Шкала оцінювання:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
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

8. Навчально-методичне забезпечення

№	Найменування	Номер теми
1	Робоча програма дисципліни	1-6
2	Опірні конспекти лекцій	1-6
3	Навчальні посібники; Кейси	1-6
4	Силабус	1-6
5	Збірка тестових і контрольних завдань для поточного оцінювання навчальних досягнень студентів	1-6
6.	Засоби підсумкового контролю	1-6

9. Рекомендована література

Обов'язкова:

1. 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.
2. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями : підручник / Н. В. Корж, Д. І.Басюк. – Вінниця: «ППК»ТД Едельвейс і К», 2017. – 322 с.
3. Мацола, В.І. Рекреаційно-туристичний комплекс України / Ін-т регіон. дослідж. НАН України. – Л., 1997. – 259 с.
4. Семенов, В.Ф., Герасименко В.Г., Горбань Г.П., Богадьорова Л.М. Управління регіональним розвитком туризму : Навч. посіб. – Одеса: Одеський державний економічний університет, 2011. – 225 с.
5. UNWTO. Destination Management Organizations. <http://www2.unwto.org/russia/category/technical-product-target/destination-management-organizations>

Додаткова:

1. Наказ № 330 «Про затвердження Положення про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду України». Новини турбизнеса. 2009. – №15 (137). – С. 39–41.
2. Buhalis, D. Marketing the Competitive Destination of the Future // Tourism Management. 2000. Vol. 21. № 1.
3. Davidson, R., Maitland R. Tourism destinations. London, Hodder & Stoughton, 1997, pp.4.
4. Framke, W. The destination as a concept: a discussion of the business-related perspective versus the socio-cultural approach in tourism theory // Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 2002, no. 2 (2), pp. 92–108.
5. Hall, C.M. The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space. 3rd edn, Routledge. 2006. 427 p
6. Leiper N. The framework of tourism / N. Leiper // Annals of Tourism Research. 1979. № 6. P. 390-407.

7. Pike, S. Destination marketing organizations. Amsterdam: Elsevier, 2004. – 241 p.
8. Ritchie, J.R.B. and Crouch G.I., The Competitive Destination: A Sustainability Perspective. Tourism Management, 21(1), 2000.
9. Saarinen, J. Destinations in change: the transformation process of tourist destinations // Tourist Studies, 2004, no. 4 (2), pp. 161–179.
10. Saraniemi, S., Kylänen M. Problematizing the concept of tourism destination: an analysis of different theoretical approaches // Journal of Travel Research, 2011, no. 50 (2), pp. 133–143.
11. 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.

Інформаційні ресурси Інтернет:

1. Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rada.gov.ua/news/zak>
2. Наукова періодика України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/taxonomy/term/334> –.
3. Електронні підручники онлайн «Туризм». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://fs.onu.edu.ua/clients/client11/web11/pdf/bib/tourism_books.pdf
4. Все про туризм - туристична бібліотека. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tourlib.net/ua.htm>
5. Сайт Наукової бібліотеки СНУ ім. В.Даля «Туризм». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://library.snu.edu.ua/index/turizm/0-129>
6. БД Освіта. ua. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://osvita.ua/school/psychology>.

10. Методичні вказівки до виконання практичних (семінарських) робіт

Практичне заняття № 1.

Тема: Методологія дослідження туристичних дестинацій

Питання для обговорення

1. Цілі та напрями досліджень туристичних дестинацій.
2. Вивчення макросередовища розвитку дестинації.
3. Оцінка існуючих і потенційних ресурсів туризму

Завдання:

1. Скласти глосарій основних понять дисципліни (не менше 20 термінів).
2. Дайте найбільш узагальнену типологію туристичних дестинацій. Наведіть приклади дестинацій за видами туризму в Україні. Результати представити у вигляді таблиці.

	Тип дестинації	Характеристика

	Вид туризму	Приклад DESTИНАЦІЇ

Література: 1, 2, 5; 1-13; 1-6

Практичне заняття № 2.

Тема: Туристична DESTИНАЦІЯ як об'єкт управління

Питання для обговорення:

1. Принципи управління туристичною DESTИНАЦІЄЮ.
2. Сутність і взаємозв'язок функцій управління

Завдання:

Провести *дискусію* на тему: «Туристична DESTИНАЦІЯ як об'єкт управління».

Дискусія є активною формою навчання і має ряд переваг. Вона забезпечує активну, глибоку, особистісне засвоєння знань, що веде до осмисленого засвоєння нових знань. Під час дискусії здійснюється активна взаємодія всіх учасників освітнього процесу. Для успішної реалізації даної форми навчання необхідні наступні умови:

- 1) сформульована проблема і тема дискусії;
- 2) створена доброзичлива атмосфера для спілкування;
- 3) сформульовані правила ведення дискусії;
- 4) сформульовано і озвучено семантичне значення термінів теми дискусії;
- 5) запропоновані ідеї записуються, щоб виключити повторення і стимулювати додаткові питання.

Критерії оцінювання:

- ступінь участі групи в дискусії;
- ступінь відповідності мети і результатів дискусії.

Література: 1, 2, 5; 1-13; 1-6

Практичне заняття № 3

Тема: Кластерний підхід в управлінні туристичними DESTИНАЦІЯМИ

Питання для обговорення:

1. Економічна сутність туристичного кластеру
2. Класифікація туристичних кластерів і стадії їх розвитку
3. Технологія формування туристичного кластера

Завдання:

1) Здійснити аналіз діючих кластерних ініціатив у регіонах (на вибір, регіони розподілити між студентами) за такими пунктами:

1. Аналіз назви DESTИНАЦІЇ. Дати відповідь на питання: «Чи відповідає назва DESTИНАЦІЇ ключовим атракціям?».

2. Визначити тип кластера з одночасним обґрунтуванням відповіді.
3. Обґрунтувати стадію розвитку (можливу модель розвитку) туристичної дестинації.
4. Управління і самоорганізація кластера. Охарактеризувати форму взаємодії та кооперації в кластері, наявність стратегічних програм розвитку.
5. Охарактеризувати потенційні туристичні ринки дестинації.
6. Охарактеризувати передумови, ресурси і компетентності в дестинації, що були сформовані для створення туристичного кластера. Наявність «унікальних ресурсів, торговельних пропозицій». Чи є основа для міфологізації?

2) Дати відповіді на тести:

1. Туристичний кластер – це:

- a) група підприємств туристичної індустрії, розташованих в дестинації та пов'язаних єдиною транспортною інфраструктурою
- b) група підприємств туристичного комплексу, що беруть участь у формуванні турпродукту для єдиного сегмента споживачів
- c) група підприємств туристичного комплексу, які уклали довгострокову угоду про співпрацю
- d) група підприємств туристичної індустрії, що відносяться до однієї галузі міжгалузевого туристичного комплексу

2. Яке з тверджень вірно:

- a) додана вартість у туристичному кластері – це виручка підприємств туристичної індустрії в дестинації
- b) накопичена вартість у туристичному кластері дорівнює витратам туристів, здійсненим у процесі подорожі та споживання турпродукту
- c) накопичена вартість у туристичному кластері складається з доданої вартості підприємств туристичної індустрії та додаткової вигоди туристів

3. Концепція трьох монополій у розвитку туристичних дестинацій має на увазі отримання додаткового доходу за рахунок монополії дестинації на:

- a) використання туристичних ресурсів
- b) використання торгової марки
- c) пропозицію цільових туристичних послуг

4. Стратегічне планування просування туристичної дестинації – це:

- a) процес розробки заходів щодо просування дестинації на туристичні ринки
- b) процес моделювання ефективного комплексу маркетингу дестинації на певний період
- c) процес планування розвитку і розміщення підприємств туристичної індустрії дестинації

5. Впровадження концепції управління вартістю переживань у практику формування турпродукту дестинації обумовлено наступними причинами:

- a) легкий доступ споживачів до інформаційних ресурсів

b) остаточне перетворення ринку виробників турпродукту на ринок споживачів

c) примноження туристами досвіду споживання турпродукту

d) всеосяжне впровадження стандартів туристичного обслуговування

e) розвиток менеджменту на туристичних підприємствах

Література: 1, 2, 5; 1-13; 1-6

Практичне заняття №4

Тема: Маркетинг туристичних destinations

Питання для обговорення:

1. Комплекс маркетингу туристичної destinations.
2. Управління процесом формування, просування і реалізації туристичного продукту місця - туристичної destinations
3. Конкурентоспроможність туристичних destinations
4. Особливості формування та реалізації маркетингової стратегії destinations

Завдання:

- 1) Зробити SWOT-аналізу туристичної destinations. (на вибір), в таблиці навести основні індикатори розвитку туризму і визначити коефіцієнт інтенсивності за видами туризму.
- 2) Проаналізуйте сайти національних парків України. Аналіз представити у вигляді таблиці та підготувати презентацію.
- 3) Пропишіть маркетингову стратегію destinations, для якої робили SWOT-аналіз.

Література: 2-5; 1-13; 1-6

Практичне заняття №5

Тема: Бренд-менеджмент туристичної destinations

Питання для обговорення:

1. Сутність бренду туристичної destinations.
2. Неформалізовані бренди туристичних destinations.
3. Формалізовані бренди туристичних destinations

Завдання: Підготувати доповідь та презентацію на тему: «Бренд туристичної destinations»

Вимоги до доповіді

Доповідь передбачає обов'язковий публічний виступ (може бути з електронною презентацією не більше 15-17 слайдів, що містять основні положення доповіді).

Структура доповіді

1. Титульний аркуш
2. Розгорнутий план, на основі якого робиться виступ
3. Основний текст, розбитий на абзаци, а при необхідності на параграфи.
4. Список використаних джерел.

Оформлення доповіді

1. Обсяг доповіді може коливатися від трьох до шести друкованих сторінок, всі додатки до роботи не входять в її обсяг.

2. Доповідь повинна бути виконана послідовно зі збереженням логіки викладу, науковою мовою.

3. У тексті доповіді мають бути наведені використовувані джерела.

Зміст доповіді

1. Звернення до аудиторії. Наприклад: «Шановні колеги! Вашій увазі пропонується доповідь на тему ...».

2. Основні тези доповіді з прикладами і поясненнями.

3. Звернення до аудиторії з проханням ставити питання (перед відповіддю на питання доповідач повинен подякувати запитувача) .

4. Заключне звернення до аудиторії з вдячністю за увагу і питання.

Критерії оцінки доповіді

1. Відповідність змісту темі доповіді

2. Глибина опрацювання матеріалу.

3. Послідовність викладення.

4. Відповіді на питання аудиторії.

5. Відповідність оформлення доповіді вимогам.

Література: 2-5; 1-13; 1-6

Рекомендована література

Обов'язкова:

1. 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.

2. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями : підручник / Н. В. Корж, Д. І.Басюк. – Вінниця: «ППКТД Едельвейс і К», 2017. – 322 с.

3. Мацола, В.І. Рекреаційно-туристичний комплекс України / Ін-т регіон. дослідж. НАН України. – Л., 1997. – 259 с.

4. Семенов, В.Ф., Герасименко В.Г., Горбань Г.П., Богадьорова Л.М. Управління регіональним розвитком туризму : Навч. посіб. – Одеса: Одеський державний економічний університет, 2011. – 225 с.

5. UNWTO. Destination Management Organizations. <http://www2.unwto.org/ru/category/technical-product-target/destination-management-organizations>

Додаткова:

1. Наказ № 330 «Про затвердження Положення про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду України». Новини турбизнеса. 2009. – №15 (137). – С. 39–41.

2. Buhalis, D. Marketing the Competitive Destination of the Future // Tourism Management. 2000. Vol. 21. № 1.

3. Davidson, R., Maitland R. Tourism destinations. London, Hodder & Stoughton, 1997, pp.4.

4. Framke, W. The destination as a concept: a discussion of the business-

related perspective versus the socio-cultural approach in tourism theory // Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 2002, no. 2 (2), pp. 92–108.

5. Hall, C.M. The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space. 3rd edn, Routledge. 2006. 427 p

6. Leiper N. The framework of tourism / N. Leiper // Annals of Tourism Research. 1979. № 6. P. 390-407.

7. Pike, S. Destination marketing organizations. Amsterdam: Elsevier, 2004. – 241 p.

8. Ritchie, J.R.B. and Crouch G.I., The Competitive Destination: A Sustainability Perspective. Tourism Management, 21(1), 2000.

9. Saarinen, J. Destinations in change: the transformation process of tourist destinations // Tourist Studies, 2004, no. 4 (2), pp. 161–179.

10. Saraniemi, S., Kylänen M. Problematizing the concept of tourism destination: an analysis of different theoretical approaches // Journal of Travel Research, 2011, no. 50 (2), pp. 133–143.

11. 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.

Інформаційні ресурси Інтернет:

1. Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rada.gov.ua/news/zak>

2. Наукова періодика України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/taxonomy/term/334> –.

3. Електронні підручники онлайн «Туризм». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://fs.onu.edu.ua/clients/client11/web11/pdf/bib/tourism_books.pdf

4. Все про туризм - туристична бібліотека. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tourlib.net/ua.htm>

5. Сайт Наукової бібліотеки СНУ ім. В.Даля «Туризм». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://library.snu.edu.ua/index/turizm/0-129>

6. БД Освіта. ua. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://osvita.ua/school/psychology>.

11. Питання до екзамену

1. Розкрийте сутність географічно-орієнтованого підходу до визначення поняття «дестинація».
2. Розкрийте сутність маркетингового та управлінсько-орієнтованого підходу до визначення поняття «дестинація».
3. Структура туристичних дестинацій. Розкрийте роль кожного з елементів структури у формуванні конкурентоспроможної дестинації.
4. Які характеристики території дають підґрунтя вважати її дестинацією?
5. Як впливає географічна складова на дестинацію як об'єкт управління?

6. Який впливає на дестинацію як об'єкт управління мета подорожі? Розкрийте сутність стратифікації дестинації.
7. Розкрийте властивості дестинації як турпродукту.
8. Що таке атракційний пункт? Які спільні риси мають атракційний пункт та дестинація?
9. Як відрізняються підходи представників туристичного бізнесу (туроператори, інші представники туріндустрії, інвестори) до дестинації як стратегічного об'єкту підприємництва?
10. Дайте найбільш узагальнену типологію туристичних дестинацій. Наведіть приклади дестинацій за видами туризму в Україні.
11. Розкрийте сутність ієрархічної типології дестинацій. Наведіть приклади.
12. Типологія дестинацій за місцем призначення.
13. Розкрийте стадії життєвого циклу дестинацій за С. Плогом.
14. Які фактори впливають на процес управління життєвим циклом дестинації?
15. Розкрийте сутність територіального маркетингу. Яке місце маркетингу туристичних дестинацій в загальній концепції територіального маркетингу?
16. Етапи просування маркетингу територій.
17. Що таке імідж, бренд, позиціонування? Як ці поняття пов'язані з маркетингом дестинацій?
18. Які існують маркетингові інструменти для просування дестинації? Які з них найбільш ефективні?
19. Сутність туристичного іміджу та факторів, що його формують.
20. Функції бренду туристичної дестинації.
21. Розкрийте сутність принципів брендингу територій.
22. Сутність сприйняття та реальності в брендингу дестинацій
23. Види та символи бренду дестинацій.
24. Розкрийте сутність формалізованого бренду України.
25. Чому не всі об'єкти туристичної дестинації є туристичними ресурсами?
26. Туристичні ресурси як фактор розвитку дестинації.
27. Класифікація туристсько-рекреаційних ресурсів.
28. Розкрийте сутність міфологічних ресурсів.
29. Які підприємства входять до туристичної інфраструктури?
30. Сутність туристичного потенціалу та його складових.
31. Розкрийте сутність ресурсного підходу до аналізу туристичного потенціалу.
32. Критерії «допустимого туристичного навантаження на дестинацію».

33. Розкрийте сутність методики визначення, аналізу та відбору території в якості потенційної дестинації.
34. Розкрийте економічну сутність туристичного кластеру.
35. Що є системоутворюючим фактором формування туристичних кластерів?
36. Обґрунтуйте причини об'єднання підприємств у кластер.
37. Назвіть критерії відбору дестинації для формування на її території кластерів.
38. Обґрунтуйте принципи, які повинні бути покладені в основу формування та розвитку туристичного кластера.
39. Класифікація туристичних кластерів.
40. Охарактеризуйте стадії розвитку туристичних кластерів.
41. Дайте поняття конкурентоспроможності країн у сфері туризму.
42. Назвіть принципи формування конкурентного середовища в туризмі.
43. Сутність і класифікація конкурентних переваг у туризмі.
44. Види конкурентоспроможності туристичних дестинацій.
45. Фактори конкурентоспроможності дестинації.
46. Конкурентні переваги туристичних дестинацій.
47. Етапи управління конкурентними перевагами.
48. Яким чином конкурентоспроможність дестинації залежить від життєвого циклу?
49. Розкрийте сутність привабливості туристичної дестинації як найважливішого параметра конкурентоспроможності.
50. Поясніть взаємозв'язок між привабливістю туристичної дестинації та економікою дестинації.

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ДЕСТИНАЦІЯМИ

Програма та навчально-методичні матеріали до курсу

Укладач:

Божко Любов Дмитрівна,
доктор культурології, завідувач кафедри туристичного бізнесу

Друкується в авторській редакції

План 2023

Підписано до друку 20.04.2023 р. Формат 60x84/16
Гарнітура «Times». Папір для мн. ап. Друк ризограф.
Ум. Друк арк. . Обл.-вид. арк. . Тираж 100. Зам . №
ХДАК, 61057, м. Харків, Бурсацький узвіз, 4
Надруковано в лаб. множ. техніки ХДАК