

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА БЕЗПЕКИ НАСЕЛЕННЯ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**«Управління туристичними дестинаціями»**

Обов'язкова професійна  
за освітньо-професійною програмою «Туризм»  
підготовки за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти  
у галузі знань 24 «Сфера обслуговування»  
за спеціальністю 242 «Туризм»

Рекомендовано кафедрою  
менеджменту на 2024-2025  
навчальний рік

Протокол від «02» вересня 2024 року  
№ 1

Силабус розроблений відповідно до Робочої програми навчальної дисципліни  
«Управління туристичними дестинаціями»

2024 рік

## Загальна інформація про дисципліну

### Анотація дисципліни

Сучасний туризм є вагомим чинником соціально-економічного розвитку регіонів за рахунок надходжень від зростаючих туристичних потоків, залучення інвестицій у формування місцевої інфраструктури, ефективного використання природно-рекреаційних та історико-культурних ресурсів території, її активного включення у національну та міжнародну торгівлю послугами.

Стихійний розвиток країн, міст і регіонів як туристичних дестинацій відходить у минуле, оскільки без наукового обґрунтування та моделювання неможливо реалізувати ефективну стратегію розвитку туристичного потенціалу регіону, передбачити, як саме буде відбуватися процес формування туристичного продукту, які зміни відбудуться у майбутньому і як саме туристична інфраструктура буде реагувати на нові виклики ринку. Щоб ефективно розвиватися, максимально використовувати свій конкурентний потенціал, вирізнятися на фоні інших дестинацій, туристичний центр повинен мати науково обґрунтовану стратегію сталого розвитку, яка виступає дорожньою картою для управління туристичною галуззю регіону в контексті загального соціально-економічного прогресу та екологічного благополуччя.

### Інформація про науково-педагогічного працівника

Загальна інформація	Леоненко Неллі Анатоліївна, завідувач кафедри менеджменту, доктор наук з державного управління, доцент
Контактна інформація	61023, м. Харків, вул. Чернишевська 94.
E-mail	leonenko@nuczu.edu.ua
Наукові інтереси	- механізми державного регулювання туристичної сфери ; - соціальні програми в туризмі; - механізми розвитку внутрішнього туризму.
Професійні здібності	- професійні знання, досягнення практичного змісту у сфері наукових інтересів; - значний досвід проведення навчальних занять у вищій школі із застосуванням творчих форм роботи.
Наукова діяльність за освітнім компонентом	Google Scholar: <a href="https://scholar.google.com.ua/citations?hl=uk&amp;pli=1&amp;user=w1talg0AAAAJ">https://scholar.google.com.ua/citations?hl=uk&amp;pli=1&amp;user=w1talg0AAAAJ</a> ORCID: 0000-0002-1498-0391

### Час та місце проведення занять з дисципліни

Аудиторні заняття з навчальної дисципліни «Управління туристичними дестинаціями» проводяться згідно затвердженого розкладу. Електронний варіант розкладу розміщується на сайті Університету

(<http://rozklad.nuczu.edu.ua/timeTable/group>).

Консультації з навчальної дисципліни проводяться протягом семестру щосередини з 15.30 до 16.30 дистанційно на платформі ZOOM за постійним посиланням (Ідентифікатор конференції: 407 030 1562. Код доступу: 100882). В разі додаткової потреби здобувача в консультації час погоджується з викладачем.

**Мета** дисципліни «Управління туристичними дестинаціями» – полягає в формуванні у здобувачів базових теоретичних знань про туристичні дестинації, набуття навиків управління формуванням та сталим розвитком туристичних дестинацій.

Вивчення дисципліни «Управління туристичними дестинаціями» забезпечує засвоєння матеріалу таких дисциплін загальної підготовки, як «Організація туристичного обслуговування», «Планування і організація туристичного бізнесу», «Спеціалізований туризм».

### Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Форма здобуття освіти
	заочна (дистанційна)
<b>Статус дисципліни</b> ( <i>обов'язкова загальна або обов'язкова професійна або вибіркова</i> )	<i>обов'язкова професійна</i>
<b>Навчальний рік</b>	3-й
<b>Семестр</b>	6-й
<b>Обсяг дисципліни:</b>	
- в кредитах ЄКТС	4,5
- загальна кількість годин	135
- кількість модулів	3
<b>Розподіл часу за навчальним планом (в годинах):</b>	
- лекції	8
- практичні заняття	2
- семінарські заняття	-
- лабораторні заняття	-
- курсовий проєкт (робота)	-
- інші види занять	-
- самостійна робота	125
- індивідуальні завдання (науково-дослідне)	-
<b>Форма підсумкового контролю</b>	
(курсова робота (курсний проєкт); диференційний залік, іспит)	іспит

### Передумови для вивчення дисципліни

Вивчення дисципліни «Управління туристичними дестинаціями» ґрунтується на знаннях, набутих здобувачами в результаті вивчення дисциплін загальної підготовки на попередніх етапах навчання, таких як:

«Краєзнавство, країнознавство та географія туризму», «Туристські ресурси України», «Менеджмент туризму», «Технології туристичної діяльності».

### Результати навчання та компетентності з дисципліни

Відповідно до освітньої програми Туризм вивчення навчальної дисципліни повинно забезпечити:

- досягнення здобувачами вищої освіти таких результатів навчання:

Програмні результати навчання	ПРН
Знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ.	ПР03
Пояснювати особливості організації рекреаційно- туристичного простору.	ПР04
Аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території.	ПР05
Застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів.	ПР06
Організувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.	ПР09
Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна).	ПР10
Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання.	ПР20
Дисциплінарні результати навчання	ДРН
Здатність орієнтуватись в організації туристично-рекреаційного простору, аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління.	ДР 1
Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал.	ДР2
Здатність враховувати вплив глобальних тенденцій на середовище туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.	ДР3

- формування у здобувачів вищої освіти наступних компетентностей:

Програмні компетентності (загальні та професійні)	ЗК, ПК
Здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління.	К18
Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів.	К19
Очікувані компетентності з дисципліни	
Вміння організувати ефективну конкурентоспроможну інноваційну діяльність туристичної дестинації.	
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.	

## **Програма навчальної дисципліни**

### **МОДУЛЬ №1. ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ**

#### **Тема 1.1. ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ ТУРИЗМУ**

Сучасні підходи до визначення поняття «туристична дестинація»: географічний або ресурсно-територіальний, економіко-управлінський, маркетинговий, соціально-культурологічний. Принцип міждисциплінарності в дослідженні туристичних дестинацій. Типологія туристичних дестинацій. Ієрархічна типологія дестинацій: континент, міжнародний регіон, країна, туристичний регіон, туристичний центр, атракційний пункт. Життєвий цикл туристичних дестинацій. Фактори, що класифікують діяльність, яка викликає зміни на стадіях життєвого циклу дестинацій.

#### **Тема 1.2. ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ ЯК ФОРМОУТВОРЮЮЧИЙ ЕЛЕМЕНТ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ**

Сутність і класифікація туристичних ресурсів. Основні властивості туристичних ресурсів: атрактивність (привабливість); доступність; ступінь вивченості; значимість для показу (видовищність); потенційний запас; ємність; способи використання. Інфраструктура та супраструктура туристичної дестинації та їх структурні елементи. Модель внутрішнього середовища дестинації.

#### **Тема 1.3. ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ДЕСТИНАЦІЇ**

Туристичний потенціал та підходи до його вивчення: рекреалогічний, статистико-математичний, економічний, рекреагеографічний. Система забезпечення та складові туристичного потенціалу території. Етапи дослідження туристичного потенціалу. Методика визначення, аналізу та відбору території в якості потенційної дестинації.

### **МОДУЛЬ 2. УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ДЕСТИНАЦІЯМИ**

#### **Тема 2.1. СУТНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ДЕСТИНАЦІЯМИ**

Туристична дестинація як об'єкт управління. Інтегроване управління туристичною дестинацією та його завдання. Об'єкти та суб'єкти управління туристичної дестинації. Місце управління в системі компетентного середовища туризму. Компетенції в туризмі. Елементи механізму формування середовища компетенції. Основні вимоги до менеджменту дестинації. Принципи управління туристичною дестинацією. Сутність і взаємозв'язок функцій управління.

#### **Тема 2.2. ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЙ З УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ДЕСТИНАЦІЯМИ**

Діяльність організацій з управління туристичними дестинаціями національного рівня. Діяльність організацій з управління туристичними дестинаціями регіонального рівня. Особливості діяльності організацій з управління туристичними дестинаціями місцевого рівня. Особливості діяльності організацій з управління атракційним пунктом. Правовий статус, фінансування і структура організацій з управління туристичними дестинаціями.

### **Тема 2.3. ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЯХ**

Класифікація інтеграційних процесів у туризмі. Особливості інтеграційних процесів у розвитку туристичних дестинацій. Стратегічне партнерство та механізми його реалізації. Мережеві форми кооперації в туристичній дестинації. Зміст і значення співпраці підприємств у мережі. Стратегічні альянси як форма співпраці в туристичній дестинації: причини появи та їх різновиди. Поняття «кластер» та «мережа»: порівняльна характеристика.

### **Тема 2.4. СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ**

Роль стратегічного планування у розвитку туристичних дестинацій. Фактори, що впливають на процес стратегічного управління розвитку локальної туристичної дестинації. Вимоги до менеджменту дестинації. Основні етапи стратегічного планування розвитку туристичної дестинації: концептуальний, планувальний, моніторинговий. Практика стратегічного планування туризму в Україні.

### **Тема 2.5. КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ ТУРИСТИЧНИМИ ДЕСТИНАЦІЯМИ**

Економічна сутність туристичного кластеру. Причини об'єднання підприємств у кластери. Структура туристичного кластеру. Основні критерії відбору дестинації для формування на її території кластерів. Принципи розвитку кластера: принцип державно-приватного партнерства, принцип випереджаючого розвитку інфраструктури, несуперечність економічних, соціальних та екологічних цілей туристичного бізнесу, просторовий принцип формування кластера. Класифікація туристичних кластерів і стадії їх розвитку. Механізм самоорганізації кластера (модель розвитку). Форми взаємодії кластерів з органами місцевого самоврядування. Форми підтримки кластерних структур у сфері туристичної діяльності. Технологія формування туристичного кластера: попереднє оцінювання умов для створення регіонального туристичного кластера; проведення робіт з ініціювання процесу формування регіонального туристичного кластера; проведення кластеризації з туристичної діяльності та складання карти регіонального туристичного кластера; створення організаційних умов для формування регіонального туристичного кластера; розробка стратегії діяльності

регіонального туристичного кластера і програми дій; проведення внутрішнього аудиту діяльності кластера, оцінка ефективності його функціонування.

## **Тема 2.6. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ**

Сутність і зміст конкуренції та конкурентних переваг у туризмі. Класифікація конкурентних переваг в туризмі. Концептуальні основи конкурентоспроможності туристичних дестинацій. Види конкурентоспроможності туристичних дестинацій. Фактори конкурентоспроможності дестинації. Методи оцінювання конкурентоспроможності та привабливості туристичних дестинацій. Оцінювання конкурентоспроможності макродестинацій. Оцінювання конкурентоспроможності мезодестинацій. Оцінювання ефективності управління конкурентоспроможністю туристичної дестинації на рівні регіону. Оцінювання конкурентного середовища на макрорівні. Оцінювання рівня привабливості туристичної дестинації. Напрями підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій.

## **Тема 2.7. УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ**

Сутність і значення сталого туризму. Економічні, соціально-культурні, екологічні наслідки розвитку туризму. Модель сталого розвитку туристичної дестинації: сталі дестинації, сталий бізнес, відповідальні туристи. Оцінювання сталості розвитку туризму. Принципи сталого розвитку туристичної дестинації. Концепція допустимого навантаження на туристичну дестинацію.

# **МОДУЛЬ 3 . МАРКЕТИНГ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ**

## **Тема 3.1. УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ**

Зміст та цілі маркетингу туристичних дестинацій. Формування маркетингової стратегії туристичних дестинацій. Проблеми формування та реалізації маркетингових стратегій дестинацій у регіонах України. Система позиціонування та просування туристичної дестинації: дизайн території; маркетинг інфраструктури; маркетинг привабливості або маркетинг пам'яток; маркетинг подій; маркетинг населення; маркетинг іміджу; «іконний» маркетинг (пов'язаний з образом конкретних осіб); пошуковий маркетинг (оптимізація); контент-маркетинг. Основні етапи маркетингового планування розвитку дестинації. Формування комплексу маркетингових комунікацій туристичних дестинацій.

## **Тема 3.2. БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ**

Сутність та функції бренду туристичної дестинації. Туристичний імідж та механізм його формування. Головні принципи брендингу територій.

Основні етапи формування бренду. Неформалізовані бренди туристичних дестинацій. Формалізовані бренди туристичних дестинацій. Туристичний бренд України.

### **Тема 3.3. КАРТ-СИСТЕМА ФОРМУВАННЯ І ПРОСУВАННЯ ТУРПРОДУКТУ ДЕСТИНАЦІЇ**

Дестинація – продукт споживання як основа впровадження карт-системи. Механізм дії карт-системи дестинацій. Основні елементи карт-системи дестинацій. Типи карток турпродукту дестинацій.

#### **Розподіл дисципліни у годинах за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять:**

Назви модулів і тем	Заочна (дистанційна) форма навчання					
	Кількість годин					
	усього	у тому числі				
		лекції	практичні (семінарські) заняття	лабораторні заняття	самостійна робота	модульна контрольна робота
<b>1 - й семестр</b>						
<b>Модуль 1. ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ</b>						
<b>Тема 1.1.</b> Туристична дестинація як елемент системи туризму	11	2	-		9	
<b>Тема 1.2.</b> Туристичні ресурси як формоутворюючий елемент туристичної дестинації	10	-	-		10	
<b>Тема 1.3.</b> Туристичний потенціал дестинації	10	-	-		10	
<b>Разом за модулем 1</b>	31	2	-		29	
<b>Модуль 2. УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ДЕСТИНАЦІЯМИ</b>						
<b>Тема 2.1.</b> Сутність управління туристичними дестинаціями	11	2	-		9	
<b>Тема 2.2.</b> Діяльність організацій з управління	9		-		9	



туристичними дестинаціями						
<b>Тема 2.3.</b> Інтеграційні процеси в туристичних дестинаціях	10	-	-		10	
<b>Тема 2.4.</b> Стратегічне планування розвитку туристичних дестинацій	10	-			10	
<b>Тема 2.5.</b> Кластерний підхід в управлінні туристичними дестинаціями	9	-			9	
<b>Тема 2.6.</b> Конкурентоспр оможність туристичних дестинацій	9	-			9	
<b>Тема 2.7.</b> Управління сталим розвитком туристичної дестинації	12	2			10	
<b>Разом за модулем 2</b>	70	4	-		66	
<b>Модуль 3. МАРКЕТИНГ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ</b>						
<b>Тема 3.1.</b> Управління маркетингом туристичних дестинацій	12	2			10	
<b>Тема 3.2.</b> Бренд- менеджмент туристичної дестинації	12	-	2		10	
<b>Тема 3.3.</b> Карт-система формування і просування турпродукту дестинації	10	-	-		10	
<b>Разом за модулем 3</b>	34	2	2		30	

## Теми семінарських занять - не передбачено навчальним планом

### Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Бренд-менеджмент туристичної дестинації	2
	Разом	2

### Орієнтовна тематика індивідуальних завдань – не передбачено навчальним планом

#### Форми та методи навчання і викладання

Вивчення навчальної дисципліни реалізується в таких формах: навчальні заняття за видами, консультації, контрольні заходи, самостійна робота.

В навчальній дисципліні використовуються такі методи навчання і викладання :

- методи навчання за джерелами набуття знань: словесні методи навчання (лекція, пояснення, бесіда, інструктаж); наочні методи навчання (ілюстрація, демонстрація, спостереження); практичні методи навчання (практична робота, виїзні заняття);

- методи навчання за характером логіки пізнання: аналітичний; синтетичний; індуктивний;

- методи навчання за рівнем самостійної розумової діяльності тих, хто навчається: проблемний виклад; частково-пошуковий; дослідницький;

- інноваційні методи навчання: робота з навчально-методичною літературою та відео метод; навчання з використанням технічних ресурсів; інтерактивні методи; методи організації навчального процесу, що формують соціальні навички;

- науково-дослідна робота;

- самостійна робота.

### Оцінювання освітніх досягнень здобувачів вищої освіти

#### Засоби оцінювання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання є: екзамен, доповіді, модульна контрольна робота, презентації результатів виконаних завдань та наукових досліджень.

#### Критерії оцінювання

Оцінювання рівня навчальних досягнень здобувачів з навчальної дисципліни здійснюється за 100-бальною шкалою.

### Форми поточного та підсумкового контролю

Поточний контроль результатів навчання здобувачів освіти проводиться у формі індивідуального опитування, виконання письмових завдань, контрольної роботи. Підсумковий контроль проводиться у формі екзамену.

#### Розподіл та накопичення балів, які отримують здобувачі, за видами навчальних занять та контрольними заходами з дисципліни

Види навчальних занять	Кількість навчальних занять	Максимальний бал за вид навчального заняття	Сумарна максимальна кількість балів за видами навчальних занять
<b>I. Поточний контроль</b>			
Модуль 1	лекції	1	5
	практичні заняття*		
	за результатами виконання контрольних (модульних) робіт (модульний контроль)*		
Разом за модуль 1			5
Модуль 2	лекції	2	5
	практичні заняття*		
	за результатами виконання контрольних (модульних) робіт (модульний контроль)*		
Разом за модуль 2			10
Модуль 3	лекції	1	5
	практичні заняття*	1	20
	за результатами виконання контрольних (модульних) робіт (модульний контроль)*		
Разом за модуль 3			25
Разом за поточний контроль			40
<b>II. Індивідуальні завдання (науково-дослідне) – контрольна робота*</b>			30
<b>III. Підсумковий контроль – іспит*</b>			30
Разом за всі види навчальних занять та контрольні заходи			100

\* – види навчальних занять та контрольні заходи для обов'язкового виконання.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми освітнього процесу: поточне оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи; оцінка (бали) за самостійну роботу – виконання контрольної роботи; оцінка (бали) за участь у наукових конференціях, виконання досліджень, підготовку наукових публікацій тощо.

### **Поточний контроль**

*Поточний контроль* проводиться на лекційному та практичному заняттях за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів із зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) під час роботи на лекційних і практичному заняттях та набутих практичних навичок під час виконання практичної роботи.

Критерії поточного оцінювання знань здобувачів *на лекційному занятті* (оцінюється в діапазоні від 0 до 5 балів):

5 балів – здобувач приймає активну участь в обговоренні теоретичних та практичних питань, в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів, демонструє здатність самостійного пошуку відповідей, здійснення аналізу наданого матеріалу, надає правильні відповіді на питання викладача;

4 бали – здобувач приймає участь в обговоренні теоретичних та практичних питань, обґрунтовано його викладає під час усних відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань, демонструє здатність самостійного пошуку відповідей, здійснення аналізу наданого матеріалу, надає правильні відповіді на питання викладача;

3 бали – здобувач приймає участь в обговоренні теоретичних та практичних питань, в цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних відповідей, але без глибокого аналізу, обґрунтування та аргументацій, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки;

2 бали – здобувач не приймає участь в обговоренні питань, частково володіє навчальним матеріалом, не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів, допускаючи при цьому суттєві неточності;

1-0 балів – здобувач не приймає участь в обговоренні питань, не володіє навчальним матеріалом та не знає відповіді на поставлені питання або побіжно розкрив лише окремі положення.

Критерії поточного оцінювання знань здобувачів *на практичному занятті* (оцінюється в діапазоні від 0 до 20 балів):

17-20 бали – здобувач у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Розвиває власну думку, самостійно добирає приклади;

13-16 бали – в цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності;

9-12 бали – не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності та помилки;

5-8 бал – частково володіє навчальним матеріалом, не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки;

0-4 балів – не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє зміст теоретичних питань та практичних завдань, не знає відповіді на поставлені питання або побіжно розкрив лише окремі положення.

Викладачем оцінюється самостійність думок, логіка викладу та якість аргументації, повнота розкриття навчальних питань, культура мовлення і діалогу, використання навчальної, наукової та спеціальної літератури, вміння виділяти головне, узагальнювати, робити висновки.

### **Підсумковий контроль.**

Підсумковий контроль успішності проводиться з метою оцінки результатів навчання на завершальному етапі, проводиться в усній формі – екзамену. До екзамену допускаються ті здобувачі, які вчасно виконали контрольну роботу за темою навчальної дисципліни.

Під час підсумкового контролю оцінюється також якість і повнота викладення матеріалу в конспекті лекцій здобувача.

#### *Контрольна робота.*

Контрольна робота – вид обов'язкових навчальних робіт, за результатами виконання яких здобувач отримує допуск до підсумкового контролю; письмова робота, виконана здобувачем за відповідною темою. Написання контрольної роботи має на меті – заохочувати здобувачів до наукової роботи, прищеплюючи їм навички самостійної підготовки доповідей, повідомлень, роботи з першоджерелами, монографічною літературою та періодичними виданнями. Контрольні роботи перевіряються викладачем перед початком навчальної сесії.

Тема контрольної роботи повинна відповідати тематиці курсу і має бути узгодженою з викладачем.

Контрольні роботи повинні надаватися здобувачами для реєстрації на кафедру та на рецензування викладачу кафедри в установлені графіком навчального процесу строки не менш ніж за 14 днів до початку сесії. Як виняток, допускається прийняття до перевірки робіт перед початком сесії за дозволом кафедри з врахуванням поважних причин, підтверджених

документально. Викладачем оцінюється повнота розкриття питання, логіка викладання, культура мови, емоційність та переконаність, використання основної та додаткової літератури, аналітичні міркування, вміння робити порівняння, висновки.

Роботи, які виконані відповідно до необхідних вимог та захищені здобувачами, оцінюються позитивно як «зараховані», на підставі чого здійснюється допуск до підсумкового контролю.

Критерії оцінювання знань здобувачів за виконання контрольної роботи (оцінюється в діапазоні від 0 до 30 балів):

24-30 балів – в роботі присутні всі структурні елементи, питання розкриті повно і всебічно, виклад матеріалу логічний, висновки аргументовані, використана актуальна література, робота правильно оформлена згідно з вимогами. При захисті роботи здобувач вільно оперує термінологією, демонструє глибокі знання використаної при підготовці літератури, має власну думку щодо питання і може її довести, логічно та послідовно викладає матеріал і в змозі вільно та професійно вести дискусію;

18-23 бали – в роботі присутні всі структурні елементи, питання розкриті, виклад матеріалу логічний, висновки аргументовані, використана актуальна література, робота правильно оформлена згідно з вимогами, але мають місце певні недоліки при висвітленні матеріалу: є 2-3 незначні помилки, припускаються неточні твердження, не підкріплені нормативними чи іншими доказами, при цьому матеріал викладено логічно, в списку джерел достатня кількість позицій, немає грубих помилок в оформленні. При захисті роботи здобувач достатньо володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки;

12-17 бали – в роботі присутні всі структурні елементи, однак одне з питань розкрито не повністю, присутні логічні і фактичні помилки, в списку літератури є застарілі джерела, допущені істотні помилки в оформленні. При захисті роботи спостерігається певний розрив між відповіддю і матеріалом роботи, здобувач висвітлює питання в загальних рисах, розуміє їх суть, намагається зробити висновки, але при цьому допускає грубі помилки, відсутня логіка викладення матеріалу;

6-11 бал – в роботі неправильні, неточні і неконкретні відповіді на поставлені питання, несамотійний характер виконання контрольної роботи, відсутність необхідних пояснень та відповідей, фактичні помилки, допущені при відповіді на питання, не правильне, не дбале оформлення роботи, не вистачає структурних елементів, в списку літератури не достатньо джерел, оформлення роботи не відповідає вимогам, наявність значної кількості граматичних помилок. При захисті роботи здобувач не може відповісти на питання або відповідає неправильно, не розуміє його суті, а отже, не може зробити висновки;

0-5 балів – завдання контрольної роботи не виконано, тема не розрита, робота оформлена не якісно, надана не вчасно. При захисті роботи здобувач не може відповісти на питання, не розуміє його суті, а отже, не може зробити висновки.

*Перелік рекомендованих тем для написання контрольної роботи:*

1. Туристична дестинація як елемент системи туризму.
2. Туристичні ресурси як фактор розвитку дестинації.
3. НТО: сутність і завдання.
4. Інтеграційні процеси в туристичних дестинаціях.
5. Стратегічні альянси як форма співпраці в туристичній дестинації.
6. Практика стратегічного планування туризму в Україні.
7. Кластерний підхід в управлінні туристичними дестинаціями.
8. Конкурентоспроможність туристичних дестинацій та напрями їх підвищення.
9. Управління сталим розвитком туристичних дестинацій.
10. Проблеми формування та реалізації маркетингових стратегій дестинацій у регіонах України.
11. Бренд-менеджмент туристичної дестинації.
12. Туристична привабливість України як туристичної дестинації.

Екзамен є формою підсумкового контролю рівня та якості засвоєння здобувачами теоретичних знань та практичних умінь і навичок з окремої навчальної дисципліни. Екзамен проводиться в період екзаменаційної сесії в передбачені навчальним планом терміни згідно з розкладом, затвердженим в НУЦЗУ. Екзамен проводиться в усній формі за білетами, які затверджуються кафедрою.

Екзаменаційний білет складається з трьох теоретичних питань, що відображають зміст усієї програми навчальної дисципліни. Відповіді на питання оцінюються за їх повнотою.

Критерії оцінювання знань здобувачів на екзамені (оцінюється від 0 до 30 балів):

25–30 балів – здобувач у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань;

20–24 балів – достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів, в основному розкриває зміст теоретичних питань. Однак, при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються окремі несуттєві

неточності та незначні помилки;

15–19 балів – у цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних відповідей, але поверхово аналізує матеріал без глибокого всебічного аналізу, без обґрунтування та аргументації, при цьому допускає окремі суттєві неточності та помилки;

10–14 балів – не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, фрагментарно, поверхнево (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань, допускаючи при цьому суттєві неточності;

5–9 балів – частково володіє навчальним матеріалом, не в змозі викласти зміст більшості теоретичних питань під час усних виступів. Відповіді загальні, при цьому допускаються суттєві помилки;

0-4 балів – не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань.

#### **Перелік теоретичних питань для підготовки до екзамену:**

1. Географічно-орієнтований підхід до визначення поняття «дестинація».
2. Маркетинговий та управлінсько-орієнтований підхід до визначення поняття «дестинація».
3. Соціокультурні підходи до визначення поняття «дестинація».
4. Структура туристичних дестинацій.
5. Типологія туристичних дестинацій.
6. Ієрархічна типологія дестинацій.
7. Життєвий цикл туристичних дестинацій.
8. Класифікація туристсько-рекреаційних ресурсів.
9. Туристична інфраструктури та супраструктури туризму.
10. Туристичний потенціал та його складові.
11. Баланс туристичного потенціалу.
12. Ресурсний підхід до аналізу туристичного потенціалу.
13. Критерії «допустимого туристичного навантаження на дестинацію».
14. Маркетинговий підхід до аналізу туристичних ресурсів.
15. Методика визначення, аналізу та відбору території в якості потенційної дестинації.
16. Інтегроване управління туристичною дестинацією.
17. Суб'єкт управління туристичної дестинації.
18. Суть і значення компетенції як головної якості менеджменту дестинації.
19. Елементи механізму формування середовища компетенції.
20. Діяльність організацій з управління туристичними дестинаціями



- національного рівня.
21. Діяльність організацій з управління туристичними дестинаціями регіонального рівня.
  22. Особливості діяльності організацій з управління туристичними дестинаціями місцевого рівня.
  23. Особливості діяльності організацій з управління атракційним пунктом.
  24. Правовий статус, фінансування і структура організацій з управління туристичними дестинаціями.
  25. Класифікація інтеграційних процесів у туризмі.
  26. Стратегічне партнерство та механізми його реалізації.
  27. Мережеві форми кооперації в туристичній дестинації.
  28. Стратегічні альянси як форма співпраці в туристичній дестинації: причини появи та їх різновиди.
  29. Стратегічне планування у розвитку туристичних дестинацій.
  30. Фактори, що впливають на процес стратегічного управління розвитку локальної туристичної дестинації.
  31. Вимоги до менеджменту дестинації.
  32. Основні етапи стратегічного планування розвитку туристичної дестинації.
  33. Економічна сутність туристичного кластеру.
  34. Причини об'єднання підприємств у кластери.
  35. Структура туристичного кластеру.
  36. Основні критерії відбору дестинації для формування на її території кластерів.
  37. Принципи розвитку кластера.
  38. Класифікація туристичних кластерів і стадії їх розвитку.
  39. Механізм самоорганізації кластера (модель розвитку).
  40. Форми взаємодії кластерів з органами місцевого самоврядування.
  41. Форми підтримки кластерних структур у сфері туристичної діяльності.
  42. Технологія формування туристичного кластера.
  43. Конкурентоспроможність туристичних дестинацій.
  44. Сутність і зміст конкуренції та конкурентних переваг у туризмі.
  45. Класифікація конкурентних переваг в туризмі.
  46. Види конкурентоспроможності туристичних дестинацій.
  47. Методи оцінювання конкурентоспроможності та привабливості туристичних дестинацій.
  48. Оцінювання конкурентоспроможності макродестинацій.
  49. Оцінювання конкурентоспроможності мезодестинацій.
  50. Оцінювання ефективності управління конкурентоспроможністю

- туристичної дестинації на рівні регіону.
- 51.Оцінювання конкурентного середовища на макрорівні.
  - 52.Оцінювання рівня привабливості туристичної дестинації.
  - 53.Напрями підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій.
  - 54.Управління сталим розвитком туристичної дестинації.
  - 55.Сутність і значення сталого туризму.
  - 56.Економічні, соціально-культурні, екологічні наслідки розвитку туризму.
  - 57.Модель сталого розвитку туристичної дестинації: сталі дестинації, сталий бізнес, відповідальні туристи.
  - 58.Оцінювання сталості розвитку туризму.
  - 59.Принципи сталого розвитку туристичної дестинації.
  - 60.Концепція допустимого навантаження на туристичну дестинацію.
  - 61.Управління маркетингом туристичних дестинацій.
  - 62.Формування маркетингової стратегії туристичних дестинацій.
  - 63.Система позиціонування та просування туристичної дестинації.
  - 64.Основні етапи маркетингового планування розвитку дестинації.
  - 65.Формування комплексу маркетингових комунікацій туристичних дестинацій.
  - 66.Туристичний імідж та механізм його формування.
  - 67.Головні принципи брендингу територій.
  - 68.Основні етапи формування бренду.
  - 69.Неформалізовані бренди туристичних дестинацій.
  - 70.Формалізовані бренди туристичних дестинацій.
  - 71.Туристичний бренд України.
  - 72.Карт-система формування і просування турпродукту дестинації .
  - 73.Механізм дії карт-системи дестинацій.
  - 74.Основні елементи карт-системи дестинацій.
  - 75.Типи карток турпродукту дестинацій.

### **Політика викладання навчальної дисципліни**

1. Здобувач зобов'язаний наполегливо оволодівати знаннями, на занятті бути уважним, брати активну участь у роботі під час занять, бути попередньо підготовленим до практичних занять за рекомендованою літературою, якісно і своєчасно виконувати всі завдання.

2. Здобувач повинен сумлінно виконувати розклад занять з навчальної дисципліни. Пропуски занять без поважної причини та запізнення на заняття не допустимі.

3. Здобувач повинен виконувати вимоги щодо термінів виконання поставлених завдань, захисту робіт, ліквідації заборгованостей.

4. При виконанні робіт до захисту допускаються ті роботи, у яких дотримується політика академічної доброчесності та які містять не менше 60 % оригінального тексту при перевірці на плагіат. Несвоєчасне виконання поставленого завдання/роботи знижує максимальний бал (оцінку) за завдання на 20 %.

5. Здобувач має право дізнатися про свою кількість накопичених балів у викладача навчальної дисципліни та вести власний облік цих балів.

## РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

### Література:

1. Леоненко Н.А. Механізми державного регулювання туристичної сфери України: автореф. дис.. д-ра наук держ. упр.: спец. 25.00.02 / Н. А. Леоненко; НУЦЗУ. – Харків, 2021. 40 с.

2. Леоненко Н. А. Державне регулювання туристичної сфери: теорія, методологія, практика : монографія. Харків : Вид-во НУЦЗУ, 2021. 325 с.

3. Леоненко Н. А. Стратегічні засади формування державного туристичного брендингу в Україні. *Публічне управління та митне адміністрування*. Дніпро : Ун-т митної справи та фінансів, 2019. № 4 (23). С. 66–73.

4. Леоненко Н. А. Державний механізм розроблення та реалізації маркетингової стратегії просування національного туристичного продукту. *Право та державне управління* : зб. наук. пр. / Класич. приват. ун-т. Запоріжжя: КПУ, 2019. № 4. С. 181–186.

5. Леоненко Н. А. Ефективна реалізація механізмів державного регулювання як інструмент підвищення конкурентоспроможності туристичної сфери України. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*. Серія : Державне управління. Київ, 2019. Т. 30 (69), № 5. С. 64–69.

6. Леоненко Н. А. Механізм державно-приватного партнерства в межах державної політики розвитку туристичної сфери України. *Публічне управління і адміністрування в Україні* : наук. журн. Одеса : Причорномор. НДІ економіки та інновацій, 2019. Вип. 14. С. 63–66.

7. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посіб. / Л.П. Дядечко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.

8. Закон України «Про туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>

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

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

11. Музиченко-Козловська О.В. Методика оцінювання туристичного брендингу дестинацій. Вісник НУ "Львівська політехніка". Логістика. 2016. №846. С.120-125.
12. Про схвалення стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження КМУ від 16.03. 2017 № 168-р // База даних «Урядовий портал» / КМ України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>
13. 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.
14. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т.І. Ткаченко. – К.: КНТЕУ, 2006. – 537 с.
15. Туристичний маркетинг: можливості та пріоритетні напрями розвитку : монографія / [О.М. Азарян, Ю. Каспарієне, О.А. Іщенко, Г.О. Ворошилова]. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2009. – 184 с.
16. Туристичні дестинації (теорія, управління, брендинг): монографія / А.А. Мазаракі та ін.; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К.: КНТЕУ, 2013. – 388 с.
17. Buhalis, D. Marketing the Competitive Destination of the Future // *Tourism Management*.2000. Vol. 21. № 1.
18. 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.
19. Pike, S. Destination marketing organizations. Amsterdam: Elsevier, 2004. – 241 p.
20. Ritchie, J.R.B. and Crouch G.I., *The Competitive Destination: A Sustainability Perspective*. *Tourism Management*, 21(1), 2000.
21. Saarinen, J. Destinations in change: the transformation process of tourist destinations // *Tourist Studies*, 2004, no. 4 (2), pp. 161–179.
22. 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.
23. 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.
24. UNWTO. Destination Management Organizations. <http://www2.unwto.org/ru/category/technical-product-target/destination-management-organizations>

#### **Інформаційні ресурси:**

25. Біль М. Туристичний кластер регіону як форма соціального діалогу: управлінський аспект / М. Біль, О. Крайник // Демократичне врядування: наук. вісник – електронне наукове фахове видання: ЛРІДУ НАДУ, 2009. № 4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lvivacademy.com/visnik4/fail/+Krajnyk.pdf8>.
26. Войнаренко, М.П. Кластерні моделі об'єднання підприємницьких

структур у туристичній галузі та сфері розваг [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://infotour.in.ua/vojnarenko.htm>

27. Полковниченко С.О., Мурай А.О. Оцінка конкурентоспроможності України на Європейському ринку туристичних послуг [Електронний ресурс] // Ефективна економіка: електр. наук. фах. вид., 2018. № 2. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12\\_2018/114.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/114.pdf)

28. Україна поліпшила свої позиції в рейтингу найпривабливіших країн для туристів. URL: <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/ukraina-uluchshila-svoi-pozicii-v-rejtinge-samyh-357611/>

29. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. URL: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf)

30. Ukraine NOW. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Ukraine\\_NOW](https://uk.wikipedia.org/wiki/Ukraine_NOW)

Розробник:

завідувачка кафедри менеджменту,

д.держ.упр., доцент



\_\_\_\_\_ (підпис)

Неллі Леоненко  
(прізвище та ініціали)