

Управління туристичними дестинаціями / Management of Tourist Destinations

Категорія дисципліни: обов'язкова

Семестр(и): 2

Обсяг дисципліни: загальна кількість годин – 180; кількість кредитів ЄКТС – 6.

Результати навчання:

знати: основні теорії та механізми формування та розвитку туристських дестинацій; завдання та функції менеджменту туристських дестинацій; методологію забезпечення конкурентоспроможності туристських дестинацій; особливості формування маркетингової політики туристських дестинацій; структуру й особливості дії механізмів міжгалузевої взаємодії та державно-приватного партнерства в управлінні туристськими дестинаціями; моделі забезпечення сталого розвитку туристських дестинацій.

вміти: 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.

Необхідні обов'язкові попередні та супутні дисципліни: туроперейтинг, бізнес-планування в туризмі, маркетинг в туризмі, менеджмент туризму, організація туристичних подорожей.

Зміст дисципліни: Туристична дестинація як елемент системи туризму. Типологія туристичних дестинацій. Туристичні ресурси як формоутворюючий елемент туристичної дестинації. Інфраструктура туристичної дестинації. Методика визначення, аналізу та відбору території в якості потенційної дестинації. Туристична дестинація як об'єкт управління, принципи та взаємозв'язок функцій управління. Правовий статус, фінансування і структура організацій з управління туристичними дестинаціями. Інтеграційні процеси в туристичних дестинаціях. Стратегічні альянси як форма співпраці в туристичній дестинації. Стратегічне планування розвитку туристичних дестинацій. Кластерний підхід в управлінні туристичними дестинаціями. Конкурентоспроможність туристичних дестинацій. Методи оцінювання конкурентоспроможності та привабливості туристичних дестинацій. Управління сталим розвитком туристичної дестинації. Управління маркетингом туристичних дестинацій. Формування маркетингової стратегії туристичних дестинацій. Формування комплексу маркетингових комунікацій туристичних дестинацій. Бренд-менеджмент туристичної дестинації. Карт-система формування та просування турпродукту дестинації.

Види навчальних занять: лекційне, практичне, семінарське, консультація.

Форми навчання: денна.

Методи навчання: з використанням кейс-стаді, імітацій, роботи в малих групах, комунікативних методів.

Методи контролю: усний (виступи на практичних заняттях, усне опитування), письмовий (вправи, завдання), тестовий.

Форми підсумкового контролю: залік (семестр 2).

Засоби діагностики успішності навчання: індивідуальні завдання, вправи, перелік питань, комплекти тестових завдань для тематичного та підсумкового контролю.

Мова навчання: українська.