

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В.Н. КАРАЗІНА
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

КОМПЛЕКС НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

з дисципліни
«УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ»

рівень вищої освіти Другий (магістерський)

галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

спеціальність 242 «Туризм»
(шифр і назва)

освітня програма «Туризм»
(шифр і назва)

спеціалізація _____
(шифр і назва)

вид дисципліни обов'язкова
(обов'язкова/ за вибором)

факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Укладач: к.іст.н., доц. Парфіненко А. Ю.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В.Н. КАРАЗІНА
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

з дисципліни
«УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ»

рівень вищої освіти Другий (магістерський)

галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

спеціальність 242 «Туризм»
(шифр і назва)

освітня програма «Туризм»
(шифр і назва)

спеціалізація _____
(шифр і назва)

вид дисципліни обов'язкова
(обов'язкова/ за вибором)

факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Укладач: к.іст.н., доц. Парфіненко А. Ю.

РОЗШИРЕНИЙ ПЛАН ЛЕКЦІЙ

Тема 1. Туризм як об'єкт регіонального управління

Характеристики туризму як системи і об'єкта управління. Особливості взаємодії туризму з економікою регіону. Атракції та атрактори. Атрактори як ядро управління розвитком туризму. Механізми розвитку атракторів.

Тема 2. Державна регіональна політика як головний інструмент управління регіональним розвитком туризму

Об'єктивні передумови необхідності регіональної політики. Основні підходи до розуміння регіональної політики. Цілі та завдання державної регіональної політики в Концепції державної регіональної політики та Державній стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року. Об'єкт та суб'єкти регіональної політики. Принципи державної регіональної політики. Стратегічні завдання регіональної політики України. Структурні компоненти регіональної політики.

Тема 3. Інституційні основи управління регіональним розвитком туризму

Повноваження органів регіонального управління та місцевого самоврядування. Управління регіональним розвитком туристичної галузі в країнах світу. Роль міжнародних організацій в регулюванні й управлінні туристичною діяльністю. Організаційна структура управління регіональним розвитком туризму. Форми, методи та механізм регулювання і управління регіональним розвитком туризму.

Розділ 2. Розробка та економічне обґрунтування регіональних програм розвитку туризму

Тема 4. Концептуальні основи планування розвитку туризму

Сутність планування та його роль у розвитку туризму. Механізм планування. Обґрунтування мети планування розвитку туризму. Основні етапи процесу планування. Основні рівні туристичного планування.

Тема 5. Види планування

Директивне та індикативне планування. Довгострокове, середньострокове та короткотермінове планування. Стратегічне, тактичне та оперативне планування. Принципи планування. Методи планування.

Тема 6. Стратегічне планування розвитку туризму в регіоні

Стратегічне планування як процес. Стратегічне планування розвитку туризму і його місце у системі регіонального управління. Регіональний моніторинг розвитку туризму.

Тема 7. Ресурсне забезпечення регіонального розвитку туризму

Плановий підхід к выявлению и структуризации туристских ресурсов. Системный підхід к целевому формированию и использованию туристских потенциалов региона. Кадастр туристских ресурсов как основа планирования устойчивого развития туризма в регионе.

Тема 8. Програмно-цільовий підхід як процедура стратегічного управління розвитку туризму в регіоні

Сутність та види державних цільових програм. Характеристика основних підходів до розробки державних цільових програм. Рекреаційно-географічний підхід. Маркетингово-аналітичний підхід. Цілі та завдання регіональних цільових програм. Основні особливості цільових програм

розвитку туризму в регіоні. Типова структура цільової програми. Основні типи показників цільової програми. Вибір регіональних проблем для розв'язання на основі цільової програми. Визначення ефективності цільової програми.

Тема 9. Територіальний маркетинг як інструмент управління регіональним розвитком туризму

Сутність регіонального маркетингу. Маркетинговий підхід до формування туристичного продукту регіону. Інформаційно-аналітичне забезпечення регіонального маркетингу.

Тема 10. Стратегії покращення територій Ф. Котлера та їх адаптація до регіонального розвитку туризму

Стратегія самотності території. Стратегія «територія як відлагоджене середовище». Стратегія «територія як постачальник послуг». Стратегія «територія як зона відпочинку і розваг».

Тема 11. Брендінг як інструмент активізації регіонального туризму

Брендінг території. Шестикутник національних брендів С. Анхольта. Anholt-GfK Roper Nation Brands Index (NBI). Мета та завдання брендінгу території. Чинники розвитку бренда території. Бренд міста. Бренд як стратегічний план розвитку території.

Тема 12. Концепція туристичної дестинації

Теоретико-методичні підходи до визначення сутності і управління туристичними дестинаціями. Конкурентні переваги дестинацій. Дестинація як територіально-сфокусований розвиток суб'єктів туристичного бізнесу. Класифікація туристичних дестинацій. Дестинація як комплексний продукт.

Основні рівні туристичного продукту дестинації. Маркетингова стратегія дестинації.

Тема 13. Концепція рекреаційно-туристичного кластеру

Кластерна модель організації туристичної діяльності в регіоні. Напрямки участі уряду у створенні кластерів. Механізм формування туристичного кластеру. Участь у туристичному кластері як чинник конкурентоспроможності підприємства. Цілі та завдання туристичних кластерів. Переваги кластерної моделі організації туристичного бізнесу. Основні сектори туристичного кластеру. сектор виробництва туристичних послуг; сервісний сектор; допоміжний сектор; сектор забезпечення життєдіяльності туристичного кластеру. Класифікація туристичних кластерів.

Тема 14. Концепція інтегрованого управління приморськими територіями

Сутність концепції «інтегрованого управління приморськими територіями». «Європейський кодекс управління для приморських зон». Основні принципи концепції інтегрованого управління. Основні завдання інтегрованого управління приморськими територіями: сприяння сталому використанню ресурсів приморської зони; збалансування попиту на ресурси приморської зони; розв'язання конфліктів, що виникають у процесі використання приморської зони; сприяння «чутливому», з погляду збереження довкілля, підходу до використання приморської зони; сприяння стратегічному плануванню для узбережжя. Стратегія Європейського Союзу з інтегрованого морського управління: можливості для приморських регіонів України.

Тема 15. City Tourism: стратегічний елемент міського планування та управління

Сутність і чинники розвитку міського туризму. Проект ЮНВТО «Міста» та «Стамбульська декларація» ЮНВТО (2012 р.) про міський туризм. Проект «European Cities Marketing». Основні сегменти міського туризму: культурно-пізнавальний, діловий, подієвий, лікувально-оздоровчий. Освітній туризм як сегмент міського туризму. Міжнародний досвід розвитку міського туризму.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В.Н. КАРАЗІНА
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

**ІНСТРУКТИВНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ ДО
СЕМІНАРСЬКИХ, ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ**

з дисципліни
«УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ»

рівень вищої освіти Другий (магістерський)

галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

спеціальність 242 «Туризм»
(шифр і назва)

освітня програма «Туризм»
(шифр і назва)

спеціалізація _____
(шифр і назва)

вид дисципліни обов'язкова
(обов'язкова/ за вибором)

факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Укладач: к.іст.н., доц. Парфіненко А. Ю.

ПЛАН ПРАКТИЧНИХ (СЕМІНАРСЬКИХ) ЗАНЯТЬ

Семінар 1. Цілі та завдання регіонального розвитку туризму

1. Мета, принципи, інструменти й важелі управління регіональним розвитком туризму
2. Аналіз передумов функціонування системи управління розвитком туризму в обласному регіоні
3. Форми, методи та механізм регулювання і управління регіональним розвитком туризму

Література:

1. Біль М. Механізм державного управління туристичною галуззю (регіональний аспект): наук. розробка / М. Біль, Г. Третяк, О. Крайник. — К.: НАДУ, 2009. — 40 с. 2. Дутчак С. В. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посіб. / С. В. Дутчак. — Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2011. — С.97—104.
3. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посіб. / за ред. В. Ф. Семенова. — Одеса, 2011. — С.103—126

Семінар 2. Регіональні особливості розвитку туризму в Україні. Регіональні туристичні ринки

1. Туристські ресурси як базова умова розвитку туризму в регіонах України.
2. Оцінка потенціалу природно-рекреаційних ресурсів.
3. Фінансовий потенціал регіонального розвитку туризму.

Література:

1. Бейдик О. О. Рекреаційні ресурси України: навч. посіб. / О. О. Бейдик. — К.: Альтерпрес, 2009. — 400 с.
2. Дутчак С. В. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посіб. / С. В. Дутчак. — Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2011. — С.70—80.
3. Лукьянова Л. Г. Рекреационные комплексы: Учебное пособие / Под общ. ред. В. К. Федорченко. — К.: Вища шк., 2004. — 346 с.
4. Мацола В. І. Рекреаційно-туристичний комплекс України / В. І. Мацола. — Л.: Ін-т регіон. дослідж. НАН України, 1997. — 259 с.
5. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посіб. / Д. М. Стеченко, І. В. Безуглий та ін.; за ред. Д. М. Стеченка. — К.: Знання, 2012. — С.109—132.
6. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посіб. / за ред. В. Ф. Семенова. — Одеса, 2011. — С.82—103.

Семінар 3. Моніторинг основних показників розвитку туризму в регіоні

1. Показники обсягів та напрямів туристичних потоків.
2. Показники економічної ефективності туризму;
3. Показники ефективності туристичної діяльності на рівні підприємств сфери.
4. Показники оцінювання стану туристичної інфраструктури;
5. Показники розвитку туристичної сфери на національному рівні.

Література:

1. Колосінська М. І. Колосінський Є. Ю. Система статистичних показників оцінювання туристичної сфери країни // Науковий вісник Ужгородського національного університету Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство, Випуск 7, частина 2. 2016 с. 17-21.

Семінар 4. Ресурсне забезпечення регіонального розвитку туризму. Розробка кадастру туристичних ресурсів регіону

1. Рекреаційні ресурси дестинацій
2. Територіальна рекреаційна система дестинації
 - 2.1. Функції підсистем територіальної рекреаційної системи дестинації
3. Класифікація туристичних ресурсів
4. Правила і методи оцінки туристичних ресурсів
 - 4.1. Якісні методи оцінки туристичних ресурсів
 - 4.2. Кількісні методи оцінки туристичних ресурсів
 - 4.3. Оцінка туристичних ресурсів території методом кадастру
 - 4.4. Соціологічні методи оцінки туристичних ресурсів
5. Визначення допустимої рекреаційного навантаження в туристичній дестинації

Література:

1. Штефан Л. В. Организация и брендинг туристических дестинаций : пособие : в 2 ч. / Л. В. Штефан ; Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – Минск : БГУФК, 2019. – Ч. 1 : Маркетинг туристических дестинаций. – 118 с.

2. Дутчак С. В. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посіб./ С. В. Дутчак. — Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2011. — С.70—80.

3. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посіб. / Д. М. Стеченко, І. В. Безуглий та ін.; за ред. Д. М. Стеченка. — К.: Знання, 2012. — С.109—132.

4. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посіб. / за ред. В. Ф. Семенова. — Одеса, 2011. — С.82—103.

Семінар 5. Аналіз існуючих концепцій, стратегій та програм розвитку туризму в регіонах України

1. Оцінка урахування нормативно-правової бази та загальнодержавних пріоритетів розвитку

2. Оцінка соціально-економічного аналізу розвитку сфери туризму в регіоні

Використання даних статистики, соціологічних опитувань, ілюстративних, картографічних матеріалів.

3. Оцінка Візії (цінностей та асоціацій) та Місії регіону або міста

4. Оцінка стратегічних та оперативних цілей стратегій

Потрібно враховувати, що стратегічні цілі мають бути представлені як серія операційних цілей (завдань), які становлять комплекси заходів і визначають конкретніші завдання, що згодом можуть бути розкладені на програми дій

Слід оцінити обґрунтування вибору оперативних цілей, опис заходів, які передбачаються для її досягнення; конкретизацію необхідних ресурсів, термінів досягнення, систему індикаторів (критеріїв) досягнення цілі, головних учасників реалізації

5. Аналіз рівня розв'язання проблем розвитку сфери туризму регіону, визначених стратегією

6. Аналіз індикаторів досягнення стратегічних та оперативних цілей стратегії

7. Оцінка програм та проектів стратегії (за наявності)

8. Аналіз підходів щодо визначення інституцій, відповідальних за здійснення стратегії

9. Аналіз наявних підходів щодо ресурсного забезпечення

10. Оцінка наявного моніторингу ходу реалізації стратегії

Семінар 6. Розробка стратегії розвитку туризму в регіоні

1. Стратегічне фокусування є інструментом стратегічного планування, який використовується для визначення та відбору конкурентних переваг сфери туризму в регіоні. Через стратегічне фокусування визначаються ключові акценти стратегії – вибираючи перспективні конкурентні переваги з одного боку і найбільш важливі проблеми з іншого.

Конкурентні переваги є факторами конкурентоспроможності, які являють собою вимоги, щоб зробити один регіон більш привабливим, ніж інші.

2. Бачення розвитку є поворотним пунктом в процесі розробки стратегії. З цього моменту припиняється аналіз ситуації і починається формулювання того, що хочемо досягти в туристичній галузі регіону зі стратегічної точки зору, заснованої на висновках.

Бачення розвитку є дороговказом до бажаного і можливого майбутнього, до місця, яке має посісти туристична галузь у соціально-економічному розвитку регіону.

Бачення розвитку являє собою поєднання існуючих глибоко укорінених норм і цінностей, на яких регіон базується, і нових норм і цінностей, які він хоче застосувати в майбутньому для подолання проблем розвитку і викликів та забезпечення сталості.

Формування бачення розвитку являє собою дуже творче і інтеграційне завдання.

Регіон повинен бути впізнаваним через гарне бачення розвитку. Якщо ні, то це бачення є загальним, і воно не обов'язково служить досягненню мети. Для того щоб залишатися надихаючим, рівень бачення завжди встановлюється трохи вище реальних можливостей. Таким чином, воно не може бути повною мірою досяжним, але дає

3. Стратегічні цілі народжуються на основі концепції (бачення) розвитку та визначених стратегічних напрямів, представляють першу

трансформацію і конкретизацію бачення і акцентів. Вони встановлюють основні напрямки для досягнення бачення і ототожнюють кінцеві результати, які повинні бути досягнуті до кінця стратегічного періоду.

Стосовно числа стратегічних цілей – їх повинно бути не менше трьох і не більше шести. Завелика кількість цілей може призвести до розпорошення незначних ресурсів розвитку і зниження ефективності реалізації стратегії.

4. Компонентні цілі розвитку (економічні, соціальні, екологічні). На основі сформованої стратегічної платформи базується практична реалізація стратегічних концепцій (з проектами та заходами, через які реалізується стратегія).

Компонентні плани є центральною частиною процесу розробки стратегії, яка поєднує перспективи довгострокові (стратегічні) і короткострокові (операційні).

Цілі компонентів засновані на концепції (баченні) розвитку і стратегічних цілях, а також на цілях стратегій і планів вищого рівня, і не повинні виходити за ці рамки. Цілі розвитку для кожного компонента повинні бути скориговані узгоджені з цілями інших двох компонентів, не піддаючи їх небезпеці. Крім того, цілі компонентів не повинні входити у протистояння з цілями у відповідній сфері розвитку на рівні держави та інших регіонів.

5. Програмування є частиною процесу планування, в якому, керуючись рамками визначених стратегічних та оперативних цілей, визначаються проекти і заходи, які призводять до досягнення цих цілей, а потім подібні проекти і заходи групуються у відповідні програми.

При такому підході всі проекти і заходи в операційному плані повинні містити як мінімум такі відомості:

- зв'язок з відповідними стратегічними і компонентними цілями;
- основні очікувані результати;
- основні види діяльності або групи видів діяльності;
- загальний кошторис витрат;

- очікувані джерела та умови фінансування;
- тривалість і терміни реалізації;
- ролі зацікавлених сторін в їх реалізації.

Як правило резюме проекту подається зацікавленими сторонами регіону, які мають відношення до певних регіональних стратегічних цілей, а також цілей відповідних компонентів.

Література:

1. Біль М. Механізм державного управління туристичною галуззю (регіональний аспект): наук. розробка / М. Біль, Г. Третяк, О. Крайник. — К.: НАДУ, 2009. — 40 с. 2. Дутчак С. В. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посіб./ С. В. Дутчак. — Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2011. — С.97—104.
3. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посіб. / за ред. В. Ф. Семенова. — Одеса, 2011. — С.103—126

Семінар 7. Маркетинговий підхід до розвитку туристичних дестинацій

1. Маркетинг територій як управлінська концепція
2. Маркетингове середовище дестинації
 - 2.1. Маркетинг внутрішнього середовища дестинації
 - 2.2. Маркетинг зовнішнього середовища дестинації
3. Цільові групи (споживачі) територіального маркетингу
4. Суб'єкти (актори, стейкхолдери) територіального маркетингу
5. Фактори, що сприяють успіху територіального маркетингу
6. Маркетинг як інструмент розвитку території
7. Види маркетингу територій
8. Поняття про маркетингові стратегії
9. Класифікація маркетингових стратегій
 - 9.1. Види маркетингових стратегій по способам реалізації
 - 9.2. Види маркетингових стратегій за змістом
 - 9.3. Планування маркетингової стратегії
10. Стратегічні напрямки розвитку дестинацій
 - 10.1. Стратегії поліпшення територій
11. Інструменти маркетингу дестинацій

Література:

1. Штефан Л. В. Организация и брендинг туристических дестинаций : пособие : в 2 ч. / Л. В. Штефан ; Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – Минск : БГУФК, 2019. – Ч. 1 : Маркетинг туристических дестинаций. – 118 с.
2. Дутчак С. В. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посіб./ С. В. Дутчак. — Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2011. — С.70—80.
3. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посіб. / Д. М. Стеченко, І. В. Безуглий та ін.; за ред. Д. М. Стеченка. — К.: Знання, 2012. — С.109—132.
4. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посіб. / за ред. В. Ф. Семенова. — Одеса, 2011. — С.82—103.

Семінар 8. Внесок туризму в регіональний розвиток: аналіз кращих управлінських практик

1. The German Convention Bureau (GCB) (Німеччина)
2. The United States convention and visitor bureaus (CVBs) (США)
3. The VR Convention Bureau (VR CB) (Італія)
4. The Association of Australian Convention Bureaux (AACB) (Австралія)
5. Scandinavia & Nordic – об'єднує Швецію, Норвегію, Данію, Фінляндію та Ісландію

Семінар 9. Аналіз діяльності міських туристичних офісів країн Центральної та Східної Європи: case-study

Чехія

- Czech Tourism Authority

Угорщина

- Hungarian National Tourist Office
- Central Danubien Regional Marketing
- Directorate Balaton Regional Tourist Project Office
- Southern Plain Regional Marketing Directorate
- The Lake Tisza Regional Tourist Project
- Office North Hungary Regional Marketing
- Directorate Budapest Tourism Office

Польща

- Polish National Tourist Office and CVB
- Warsaw Convention Bureau,
- Convention Bureau, Municipality of Krakow, Promotion and Tourism Department

Румунія

- Tourism Romania

Словаччина

- Slovak Tourist Board

- Bratislava Culture and Information Centre
- Banská Bystrica Culture and Information Centre
- RTO Mikuláš
- Poprad Tourist Information Centre
- Information Centre CK Selinan in Žilina
- Information Centre of the Town Košice
- Trenčín Culture and Information Centre
- Turisticko informačná kancelária a cestovná agentúra

Словенія

- Slovenian Tourist Board
- Slovenian Convention Bureau
- The Ljubljana Tourist Board and CVB

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В.Н. КАРАЗІНА
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

**ІНСТРУКТИВНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ ДО
СЕМІНАРСЬКИХ, ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ**

з дисципліни
«УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ»

рівень вищої освіти Другий (магістерський)
галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
спеціальність 242 «Туризм»
освітня програма «Туризм»
спеціалізація _____
вид дисципліни обов'язкова
факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Укладач: к.іст.н., доц. Парфіненко А. Ю.

Тема 1. Підготовка аналітичної довідки «Аналіз стану розвитку туризму в регіоні»

Соціально-економічний аналіз (СЕА) є важливою, але не єдиною складовою процесу розробки стратегії розвитку туризму в регіоні, тому не може розглядатись окремо від інших етапів роботи. Проте саме СЕА лягає в основу розробки можливих сценаріїв розвитку, визначення сильних та слабких сторін туристичної галузі.

В Україні та й в ЄС не існує надто формалізованих підходів до підготовки СЕА, але уже сформовані загальні традиції щодо структури такого документу, його глибини та візуалізації.

СЕА не є догмою і тим більше нормативним актом, який підлягає безумовному його дотриманню. Проте нижче наведено типову структуру СЕА.

В процесі роботи над СЕА можуть виникнути потреби суттєво розширити чи навпаки звужити окремі елементи дослідження, проте цей мінімальний набір, який пропонується у цій записці, варто виконати.

- географічне розташування;
- ландшафтні особливості рельєфу;
- природно-ресурсний потенціал;
- кліматичні умови (температурний режим, опади, вологість повітря, вітри тощо);
- адміністративний поділ, місце в загальнодержавному розподілі праці;
- **особливості розвитку туристичної сфери регіону в динаміці за останні п'ять років (туристичні потоки, туристичні ринки, видова структура туризму, спеціалізація районів, туристична інфраструктура, існуючі туристичні пропозиції, інформаційне забезпечення)**
- екологічна ситуація на території регіону;
- політична ситуація;
- фінансово-бюджетна ситуація;
- рівень життя населення та його ділова активність.

Основою для розроблення аналітичної частини є офіційні дані Держстату, його територіальних органів, інформаційні матеріали соціологічних опитувань тощо. Система показників, необхідних для проведення аналізу стану розвитку туризму в регіоні, визначається розробником регіональної стратегії.

У процесі підготовки аналітичних матеріалів для регіональної стратегії розвитку туристичної сфери можуть використовуватися картографічні, ілюстраційні та інші матеріали, зокрема, економіко-географічні карти та схеми, кадастрові карти, схеми та креслення, фотоматеріали території тощо.

Аналітичні матеріали регіональної стратегії розвитку туризму готуються як щодо регіону, так і щодо його окремих частин, що відрізняються специфікою проблем соціально-економічного розвитку. На підставі таких матеріалів ***визначаються основні проблеми розвитку туристичної галузі регіону.***

Підготовка якісного СЕА є дуже важливим елементом для всієї роботи над стратегією розвитку туризму, адже саме СЕА дає змогу визначити сильні та слабкі сторони регіону, оцінити можливі сценарії розвитку та визначити внутрішні ресурси і конкурентні переваги регіону перед іншими.

Тема 2. Розробка матриці SWOT-аналізу туристичної сфери регіону

1. SWOT-аналіз розвитку сфери туризму (видів туризму) в Харківській області (іншому регіоні або районі).

SWOT-аналіз являє собою ефективний метод ідентифікації внутрішніх сильних і слабких сторін і розпізнавання зовнішніх можливостей і загроз. SWOT-аналіз показує, яким чином краще застосувати власні сили і зменшити внутрішні слабкості, оптимально використовуючи зовнішні можливості та усуваючи загрози. Таким чином, SWOT-аналіз зазвичай використовується для виявлення найбільш важливих внутрішніх і зовнішніх факторів, що мають значення для розвитку.

SWOT-аналіз може також розглядатися в якості синтезу раніше підготовленого соціально-економічного аналізу. Ключові питання для SWOT-аналізу та джерела інформації наведені на діаграмі.

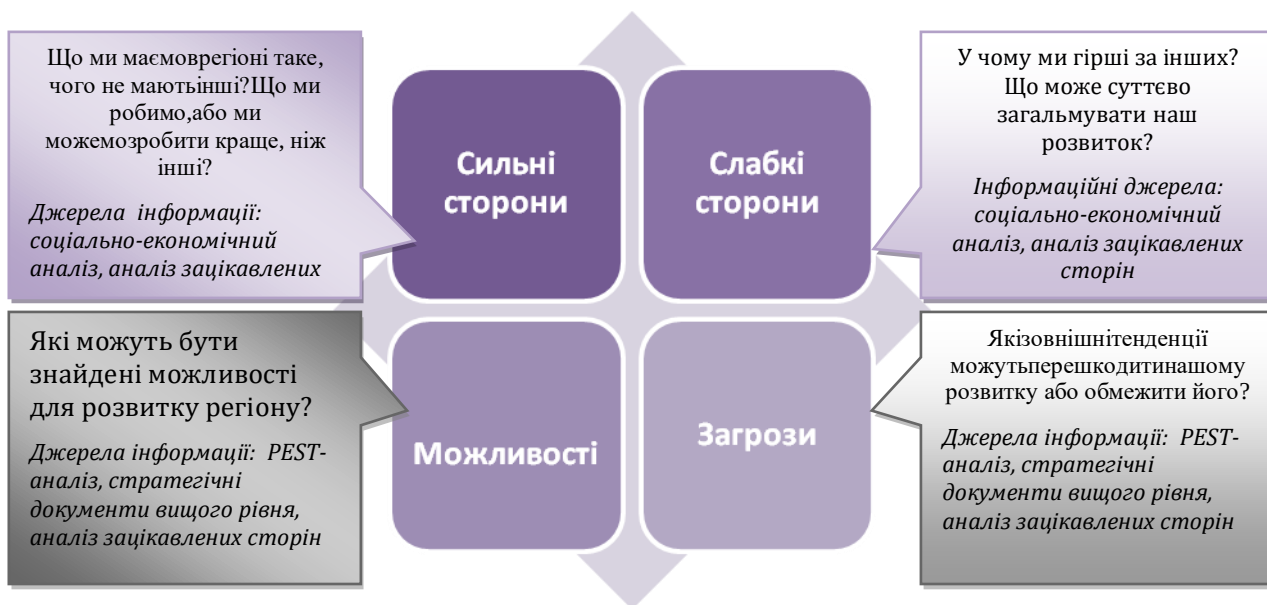


Рис. 1. Ключові питання SWOT-аналізу та джерела інформації

На наступному малюнку представлено SWOT-матрицю і її складові. Три менші стрілки вказують на взаємозв'язки між складовими SWOT:

- Сильні сторони використовуються для створення майбутніх можливостей,
- Слабкі сторони перетворюються в можливості,
- Загрози пов'язані зі слабкими сторонами.

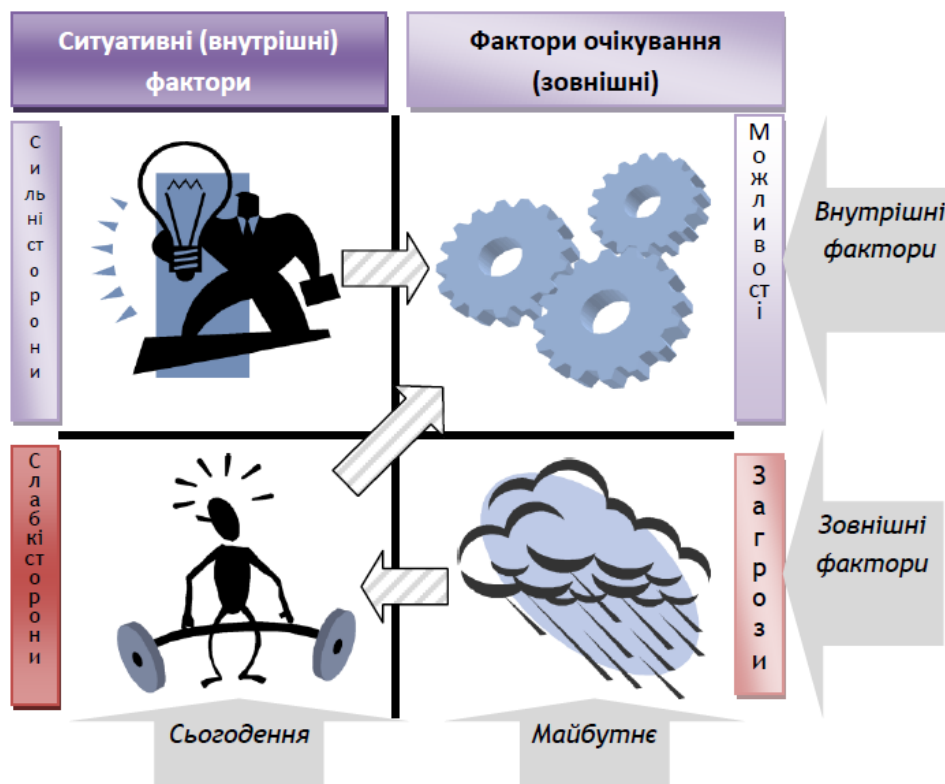


Рис. SWOT-матриця і її складові

Приклад SWOT-аналізу сфери туризму Полтавської області

Сильні сторони (внутрішні)	Слабкі сторони (внутрішні)
1. Унікальна історична і культурна спадщина загальноукраїнського та міжнародного значення. 2. Наявність потенційно брендових об'єктів і продуктів. 3. Економічно розвинений регіон. 4. Вигідне транспортно-логістичне розташування (автошляхи та залізничні шляхи). 5. Наявність значної кількості об'єктів і територій заповідного фонду. 6. Власні енергетичні, промислові, будівельні потужності. 7. Досить високий рівень концентрації людського капіталу, наявність наукових закладів та студентської молоді.	1. Низька якість комерційних та окремих комунальних та муніципальних послуг (транспорт, громадські туалети, прибирання вулиць тощо). 2. Проблеми з благоустроєм потенційно привабливих туристичних об'єктів. 3. Низька якість та недостатній асортимент туристичних послуг. 4. Низька активність у сфері туризму, послуг, розвитку клієнтно-орієнтованого малого та середнього бізнесу. 5. Низький рівень кооперації, партнерських відносин, кластеризації сфери послуг. 6. Брак професійних кадрів у системі управління. 7. Недостатній рівень транспортного сполучення. 8. Неефективний маркетинг у сфері туризму та промоцій.
Можливості (зовнішні)	Загрози (зовнішні)
1. Доступність сучасних інформаційних технологій та їхній подальший розвиток. 2. Збільшення попиту на туристичні продукти на внутрішньому ринку (організований та неорганізований туризм). 3. Близькість обласних центрів та інших населених пунктів із загальною	1. Неналежний стан транспортної інфраструктури, низька якість послуг з перевезення. 2. Дефіцит бюджету, неможливість фінансування проектів через нерівноцінний розподіл бюджету "центр-регіони". 3. Конкуренція з боку інших міст і регіонів

чисельністю понад 10 млн. осіб (як ринки збуту). 4. Розвиток відносин з містами-побратимами та іншими регіонами. 5. Розвиток державно-приватного партнерства. 6. Зацікавленість проектами розвитку туризму з боку громадських організацій. 7. Зацікавленість історико-культурною спадщиною з боку української діаспори та представників інших національностей. 8. Альтернативні джерела фінансування проектів (фонди підтримки, грантові програми, проекти міжнародної технічної допомоги). 9. Горизонтальна співпраця з іншими регіонами. 10. Наявність постійного попиту з боку жителів області у сфері пізнавального, подієвого, промислового, сільського зеленого туризму.	України. 4. Неефективне державне управління туристичною галуззю в цілому. 5. Поглиблення макроекономічних кризових явищ на національному та світовому ринках. 6. Відсутність підтримки ініціатив місцевої влади у сфері розвитку туризму з боку бізнесу та громадськості, центральних органів влади.
--	--

Тема 3. Підготовка презентацій в рамках теми: «Розробка стратегії розвитку туризму в регіоні»

1. Стратегічне фокусування є інструментом стратегічного планування, який використовується для визначення та відбору конкурентних переваг сфери туризму в регіоні. Через стратегічне фокусування визначаються ключові акценти стратегії – вибираючи перспективні конкурентні переваги з одного боку і найбільш важливі проблеми з іншого.

Конкурентні переваги є факторами конкурентоспроможності, які являють собою вимоги, щоб зробити один регіон більш привабливим, ніж інші.

2. Бачення розвитку є поворотним пунктом в процесі розробки стратегії. З цього моменту припиняється аналіз ситуації і починається формулювання того, що хочемо досягти в туристичній галузі регіону зі стратегічної точки зору, заснованої на висновках.

Бачення розвитку є дороговказом до бажаного і можливого майбутнього, до місця, яке має посісти туристична галузь у соціально-економічному розвитку регіону.

Бачення розвитку являє собою поєднання існуючих глибоко укорінених норм і цінностей, на яких регіон базується, і нових норм і цінностей, які він хоче застосувати в майбутньому для подолання проблем розвитку і викликів та забезпечення сталості.

Формування бачення розвитку являє собою дуже творче і інтеграційне завдання.

Регіон повинен бути впізнаваним через гарне бачення розвитку. Якщо ні, то це бачення є загальним, і воно не обов'язково служить досягненню мети. Для того щоб залишатися надихаючим, рівень бачення завжди встановлюється трохи вище реальних можливостей. Таким чином, воно не може бути повною мірою досяжним, але дає відчуття того, чого регіон прагне досягти в довгостроковій перспективі.

3. Стратегічні цілі народжуються на основі концепції (бачення) розвитку та визначених стратегічних напрямів, представляють першу трансформацію і конкретизацію бачення і акцентів. Вони встановлюють основні напрямки для досягнення бачення і ототожнюють кінцеві результати, які повинні бути досягнуті до кінця стратегічного періоду.

Стосовно числа стратегічних цілей – їх повинно бути не менше трьох і не більше шести. Завелика кількість цілей може призвести до розпорошення незначних ресурсів розвитку і зниження ефективності реалізації стратегії.

4. Компонентні цілі розвитку (економічні, соціальні, екологічні). На основі сформованої стратегічної платформи базується практична реалізація стратегічних концепцій (з проектами та заходами, через які реалізується стратегія).

Компонентні плани є центральною частиною процесу розробки стратегії, яка поєднує перспективи довгострокові (стратегічні) і короткострокові (операційні).

Цілі компонентів засновані на концепції (баченні) розвитку і стратегічних цілях, а також на цілях стратегій і планів вищого рівня, і не повинні виходити за ці рамки. Цілі розвитку для кожного компонента повинні бути скориговані узгоджені з цілями інших двох компонентів, не піддаючи їх небезпеці. Крім того, цілі компонентів не повинні входити у протистояння з цілями у відповідній сфері розвитку на рівні держави та інших регіонів.

З точки зору змісту цілі компонента представляють собою більш детальну розробку бачення розвитку та відповідних загальних стратегічних цілей.

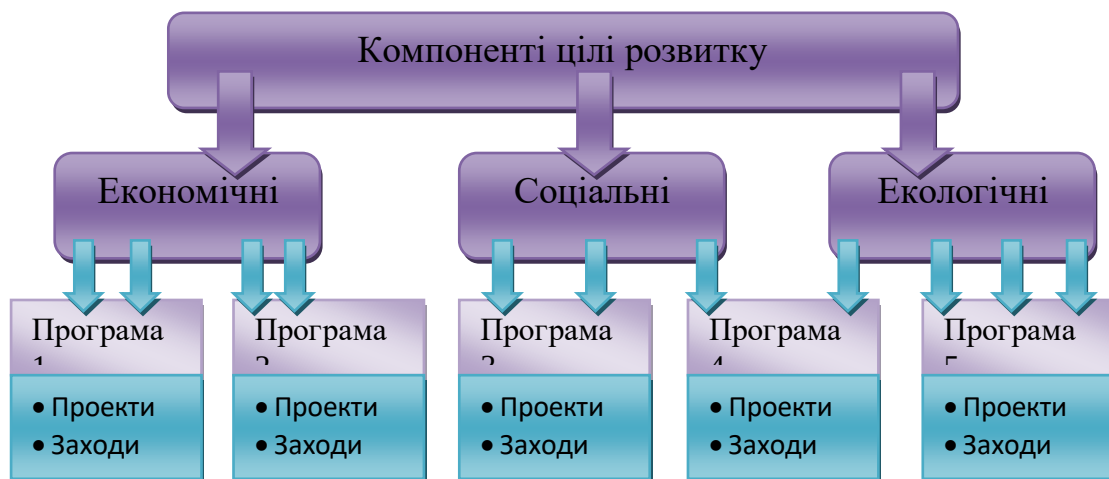


Рис. Структура компонентних цілей розвитку

Цілі компонента представляють собою виконання стратегічних цілей, програм, які включають в себе проекти і заходи – інструменти для досягнення цих цілей.

5. Програмування є частиною процесу планування, в якому, керуючись рамками визначених стратегічних та оперативних цілей, визначаються проекти і заходи, які призводять до досягнення цих цілей, а потім подібні проекти і заходи групуються у відповідні програми. При такому підході всі проекти і заходи в операційному плані повинні містити як мінімум такі відомості:

- зв'язок з відповідними стратегічними і компонентними цілями;
- основні очікувані результати;
- основні види діяльності або групи видів діяльності;
- загальний кошторис витрат;
- очікувані джерела та умови фінансування;
- тривалість і терміни реалізації;
- ролі зацікавлених сторін в їх реалізації.

Як правило резюме проекту подається зацікавленими сторонами регіону, які мають відношення до певних регіональних стратегічних цілей, а також цілей відповідних компонентів.

Тема 4. Розробка регіонального туристичного бренда

1. Що на Ваш погляд є неформалізованим туристичним брендом тієї місцевості, в якій Ви живете? Аргументуйте відповідь і підготуйте відповідь на 1 сторінку. 2. Обґрунтуйте елементи фірмового стилю для просування Вашої дестинації та формування її бренду: слоган, фірмові кольори, ключові символи логотипу або схему логотипу. Підготуйте презентацію з 10 слайдів.

Міні-проект «Створення іміджу м. Харків (на вибір) як ділового центру (на вибір, відповідно до профілю регіону, міста), за допомогою розробки його бренду».

Задачі: 1. Виявлення активів, особливостей і переваг міста, як об'єкта брендингу.

2. Визначення цільової аудиторії.

Тема 5. Територіальний маркетинг регіону

1. Сутність регіонального маркетингу
2. Маркетинговий підхід до формування туристичного продукту регіону
3. Інформаційно-аналітичне забезпечення регіонального маркетингу
4. Особливості формування та реалізації маркетингової стратегії регіону

Тема 6. Аналіз діяльності міських туристичних офісів країн Центральної та Східної Європи: case-study

Завдання 1.

1. Вивчіть основні напрями діяльності НТО країн Європи (за бажанням студента можна вибрати будь-яку країну)

2. Проаналізуйте принципи і форми просування Німеччини як туристичної дестинації на сайті <http://www.germany.travel> (за бажанням студента можна вибрати туристичний сайт іншої країни)

3. Складіть аналітичну записку за результатами аналізу сайту на одну сторінку

4. Підготуйте презентацію, не більш як 10 слайдів

Завдання 2.

1. Вивчіть презентації НТО України та Словаччини

2. За їх зразком зробіть презентацію туристичного маркетингу Вашого адміністративного району, області чи міста. Для виконання завдання використовуйте доступні інформаційні джерела: матеріали адміністрацій, публікації в Інтернеті та друку, інтерв'ю з фахівцями

3. Обсяг презентації – 10 слайдів

Тема 7. Написання курсової роботи

Методичні вказівки до виконання курсової роботи розміщені в депозитарії ЦНБ ХНУ імені В. Н. Каразіна за посиланням:

Парфіненко А.Ю. Управління регіональним розвитком туризму : методичні рекомендації до виконання курсової роботи (для студентів спеціальності 242 «Туризм» денної та заочної форм навчання) / Парфіненко А. Ю. – Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2019. – 36 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.univer.kharkov.ua/handle/123456789/1508>

Тема 8.

Робота з книгою: Sharma K.K. Tourism and Regional Development, 2007

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

**ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ ПОТОЧНОГО ТА
ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ
з дисципліни
«УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ»**

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти Другий (магістерський)

галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

спеціальність 242 «Туризм»

освітня програма «Туризм»

спеціалізація _____

вид дисципліни обов'язкова

факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Укладач:
кандидат історичних наук, доцент кафедри
туристичного бізнесу та країнознавства
Парфіненко А. Ю.

ПРИКЛАДИ ЗАВДАНЬ ДЛЯ ПОТОЧНОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

1. В сучасних умовах господарювання під плануванням розвитку туризму розуміють:

а) одну з функцій управління, що полягає в законодавчому закріпленні планів розвитку туризму та їх неухильне дотримання у відповідності до сформульованих завдань та етапів розвитку.

б) одну з функцій управління, що полягає у безперервному процесі розробки планів у відповідності з поставленими цілями і завданнями, які визначають майбутній стан великої відкритої соціально-економічної системи, якою є туризму, а також методів і засобів їх досягнення в умовах ресурсних обмежень.

2. Об'єктивною передумовою управління туризмом на регіональному рівні є:

а) недосконалість загальнонаціонального законодавства;

б) відсутність взаємодії між центром та регіоном;

с) структурна неоднорідність простору, інтереси і особливості регіонів.

3. Під «туристичними атракторами» слід розуміти:

а) комплекс об'єктів, розташованих на певній території, які володіють різними властивостями, являють інтерес для туристів і на цій основі формують цілі відвідання об'єктів привабливості.

б) розваги, які є важливою складовою туристичного продукту, різноманітні театралізовані та концертно-видовищні заходи.

ТЕМАТИКА ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ (КУРСОВИХ РОБОТ) СТУДЕНТІВ

1. Розробка стратегії розвитку дитячо-юнацького туризму в Харківській області.
2. Розробка стратегії розвитку краєзнавчого туризму в Харківській області.

3. Розробка стратегії розвитку молодіжного туризму в Харківській області.
4. Розробка стратегії розвитку сімейного туризму в Харківській області.
5. Розробка стратегії розвитку культурно-пізнавального туризму в Харківській області.
6. Розробка стратегії розвитку подієвого туризму в Харківській області.
7. Розробка стратегії розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Харківській області.
8. Розробка стратегії розвитку спортивного туризму
9. Розробка стратегії розвитку релігійного туризму
10. Розробка стратегії розвитку сільського зеленого туризму
11. Розробка стратегії розвитку екологічного туризму
12. Розробка стратегії розвитку пригодницького туризму
13. Розробка стратегії розвитку велотуризму в Харківській області.
14. Розробка стратегії фестивального туризму
15. Розробка стратегії пішого туризму в Харківській області.
16. Розробка стратегії розвитку туризму в Балаклійському районі Харківської області.
17. Розробка стратегії розвитку туризму в Барвінківському районі Харківської області.
18. Розробка стратегії розвитку туризму в Богодухівському районі Харківської області.
19. Розробка стратегії розвитку туризму в Борівському районі Харківської області.
20. Розробка стратегії розвитку туризму в Валківському районі Харківської області.
21. Розробка стратегії розвитку туризму в Великобурлуцькому районі Харківської області.
22. Розробка стратегії розвитку туризму в Волчанському районі Харківської області.
23. Розробка стратегії розвитку туризму в Дворічанському районі Харківської області.
24. Розробка стратегії розвитку туризму в Дергачівському районі Харківської області.
25. Розробка стратегії розвитку туризму в Зміївському районі Харківської області.
26. Розробка стратегії розвитку туризму в Золочівському районі Харківської області.
27. Розробка стратегії розвитку туризму в Ізюмському районі Харківської області.
28. Розробка стратегії розвитку туризму в Коломацькому районі Харківської області.
29. Розробка стратегії розвитку туризму в Краснокутському районі Харківської області.

- 30.Розробка стратегії розвитку туризму в Куп'янському районі Харківської області.
- 31.Розробка стратегії розвитку туризму в Нововодолазькому районі Харківської області.
- 32.Розробка стратегії розвитку туризму в Печенізькому районі Харківської області.
- 33.Розробка стратегії розвитку туризму в Чугуївському районі Харківської області.

Тема індивідуального завдання (курсової роботи) обирається студентом та узгоджується з викладачем. За узгодженням з викладачем студент може запропонувати власну тему, присвячену розробці стратегії розвитку окремого виду туризму, у обраному ним регіоні.

ЗАПИТАННЯ ДО ІСПИТУ З ДИСЦИПЛІНИ «УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ»

1. Сутність поняття «державна регіональна політика».
2. Основні принципи, цілі та завдання державної регіональної політики.
3. Основні напрямки державної регіональної політики.
4. Стратегічні завдання державної регіональної політики в Державній стратегії регіонального розвитку до 2026 року.
5. Форми та методи реалізації державного управління економічними процесами в регіоні.
6. Сутнісні характеристики туризму як системи і об'єкта регіонального управління.
7. Атрактори як ядро управління розвитком туризму в регіоні. Основні напрямки розвитку та підвищення привабливості атракторів.
8. Особливості взаємодії сфери туризму з економікою регіону.
9. Основні чинники розвитку туризму в регіоні.
- 10.Сутність планування та його роль в регіональному управлінні розвитку туризму.
- 11.Основні етапи планування регіонального розвитку туризму.
- 12.Рівні планування розвитку туризму. Сутність регіонального туристичного планування.

13. Види планування та особливості їх використання в туризмі.
14. Основні принципи планування розвитку туризму в регіоні.
15. Методи планування розвитку туризму в регіоні.
16. Стратегічне планування як процес та основа регіонального управління розвитком туризму. Зміст та етапи стратегічного плану.
17. Базові стратегії управління розвитком туризму в регіоні.
18. Основні етапи процесу формування і реалізації стратегії управління розвитком туризму в регіоні.
19. Стратегічне планування розвитку туризму і його місце в системі регіонального управління.
20. Характеристика основних стратегій покращення територій (за Ф. Котлером).
21. Стратегія самотності території.
22. Стратегія «територія як відлагоджене середовище».
23. Стратегія «територія як постачальник послуг».
24. Стратегія «територія як зона відпочинку і розваг».
25. Формування «економіки ексклюзивності» як інноваційний напрямок розвитку туристичної сфери регіону.
26. Сутність програмно-цільового підходу.
27. Основні підходи до розробки регіональних цільових програм.
28. Рекреаційно-географічний та маркетингово-аналітичний підходи в розробці регіональних цільових програм розвитку туризму.
29. Структура і зміст цільових програм розвитку туризму.
30. Особливості цільової програми розвитку туризму в регіоні.
31. Туристичний кластер та його учасники.
32. Основні переваги кластерної моделі організації туристичної діяльності.
33. Географічна та організаційна структура туристичних кластерів.
34. Основні етапи формування туристичних кластерів.
35. Плановий підхід до виявлення та систематизації туристичних ресурсів регіону.

- 36. Системний підхід до розуміння туристичного потенціалу регіону.
- 37. Кадастр туристичних ресурсів як інструмент регіонального розвитку туризму.
- 38. Визначення та основні характеристики туристичних дестинацій.
- 39. Класифікація туристичних дестинацій.
- 40. Життєві цикли туристичної дестинації.
- 41. Маркетинговий підхід до розуміння регіону як просторово-локалізованого туристичного продукту.
- 42. Сутність та функції регіонального маркетингу.
- 43. Підходи та інструменти реалізації регіональної маркетингової політики.
- 44. Регіональна маркетингова інфраструктура для розвитку туризму.
- 45. Особливості формування та реалізації маркетингової стратегії розвитку туризму в регіоні.

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

**КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ УСПІШНОСТІ
ТА РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ
з дисципліни
«УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ»**

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти Другий (магістерський)

галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

спеціальність 242 (шифр і назва)
«Туризм»

освітня програма (шифр і назва)
«Туризм»

спеціалізація (шифр і назва)

вид дисципліни (шифр і назва)
обов'язкова

факультет (обов'язкова/ за вибором)
міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Укладач:

кандидат історичних наук, доцент кафедри
туристичного бізнесу та країнознавства
Парфіненко А. Ю.

Поточний контроль. Засвоєння тем розділів (поточний контроль) здійснюється на семінарських заняттях відповідно до контрольних цілей. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки студентів до виконання конкретної роботи.

Поточний контроль і оцінювання результатів навчання передбачає виставлення оцінок за всіма формами проведення занять:

- контроль та оцінювання активності роботи студента під час лекційних та практичних занять (усні відповіді, доповіді, групова дискусія,);
- контроль та оцінювання якості підготовки та розробки індивідуальних завдань в ході самостійної роботи студентів;
- контроль засвоєння теоретичного та практичного матеріалу (у вигляді тестування, написання есе);
- контроль та оцінювання вмінь вирішувати ситуаційні, прогностичні та інші задачі;
- контроль та оцінювання вмінь проводити дослідження та презентувати із застосуванням сучасних інформаційних та хмарних технологій;
- контроль та оцінювання вмінь та навичок вирішувати кейсові проблемні завдання із розподілом ролей в командах;
- контроль та оцінювання виконання індивідуальної семестрової роботи.

Підсумковий контроль засвоєння дисципліни здійснюється по її завершенню у вигляді письмового екзамену. Оцінка успішності студента з дисципліни є рейтинговою і виставляється за багатобальною шкалою з урахуванням оцінок засвоєння всіх тем дисципліни.

Загальна кількість балів за успішне виконання екзаменаційних завдань – 40. Час виконання – до 80 хвилин.

У разі настання / подовження дії обставин непоборної сили (в тому числі запровадження жорстких карантинних обмежень в умовах пандемії з заборонаю відвідування ЗВО) здобувачам вищої освіти надається можливість скласти залікову роботу в тестовій формі (білет містить 20 тестових завдань, здобувач одержує 2 бали за кожну вірну відповідь) дистанційно на платформі Moodle в дистанційному курсі «Переддипломний семінар».

УВАГА! У разі використання заборонених джерел на екзамені студент на вимогу викладача залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку (0).

Замість виконання завдань (вивчення тем) можуть також додатково враховуватись такі види активностей здобувача:

- проходження тренінг-курсів чи дистанційних курсів з використання сучасних освітніх технологій на платформах Coursera, Prometheus тощо (за наявності відповідного документу про їх закінчення, надання копії викладачу);
- участь в майстер-класах, форумах, конференціях, семінарах, зустрічах з проблем сучасних міжнародних відносин (з підготовкою есе,

прес-релізу, інформаційного повідомлення тощо, що підтверджено навчальною програмою заходу чи відповідним сертифікатом);

– участь у науково-дослідних та прикладних дослідженнях з проблем сучасних міжнародних відносин (підготовка наукової статті, тез доповідей та ін., що підтверджується демонстрацією відповідних матеріалів);

7. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточний контроль та самостійна робота									Разо м	Екзам ен	Сума
Розділ 1	Розділ 2					Розділ 3		Курсова робота	60	40	100
T3	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T15				
5	5	5	5	5	5	5	5	20			
семінар	есе	презентац ія	семінар	доповіді	доповіді	доповіді	презентац ія	Захист курсової роботи			

Структура та складові підсумкової оцінки з дисципліни

Поточний контроль – 60 балів.

З них:

- активна робота на семінарських заняттях – 40 балів;
- курсова робота – 20 балів.

Поточний контроль проводиться на кожному семінарському занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти із зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) під час роботи на семінарських заняттях та набутих практичних навичок під час виконання завдань практичних робіт.

Критерії поточного оцінювання знань студентів

Усний виступ та виконання письмового завдання (есе, презентація)	Критерії оцінювання
5	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно 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. Правильно вирішив усі тестові завдання.
4	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних

	завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань.
3	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 та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань
2	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, правильно вирішив меншість тестових завдань.
1	Частково володіє навчальним матеріалом не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив окремі тестові завдання.
0	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань. Не вирішив жодного тестового завдання

Доповнення виступу:

1 бали – отримують студенти, які глибоко володіють матеріалом, чітко визначили його зміст; зробили глибокий системний аналіз змісту виступу, виявили нові ідеї та положення, що не були розглянуті, але суттєво впливають на зміст доповіді, надали власні аргументи щодо основних положень даної теми.

0,5 бал отримують студенти, які виклали матеріал з обговорюваної теми, що доповнює зміст виступу, поглиблює знання з цієї теми та висловили власну думку.

Суттєві запитання до доповідачів:

1 бали отримують студенти, які своїм запитанням до виступаючого суттєво і конструктивно можуть доповнити хід обговорення теми.

0,5 бал отримують студенти, які у своєму запитанні до виступаючого вимагають додаткової інформації з ключових проблем теми, що розглядається.

Критерії оцінювання курсової роботи з дисципліни «Управління регіональним розвитком туризму»:

- оформлення роботи 5 балів;
- повнота викладеної інформації 10 балів;
- захист роботи 5 балів.

Теми курсових робіт з дисципліни представлено в програмі.

Умови допуску студента до підсумкового семестрового контролю (екзамену): виконання курсової роботи, написання поточного контролю та робота на семінарських заняттях за результатами яких він набрав не менше 20 балів.

Підсумковий контроль 40 балів, в т. ч:

3 теоретичних питання – 40 балів. Перші два питання – 2*15, третє питання – 10 балів.

Питання до екзамену додаються.

Бали за відповіді на теоретичні питання викладач виставляє після усної співбесіди. За підсумками поточного і підсумкового контролю студент може набрати від 0 до 100 балів включно. Мінімальна кількість балів, які повинен набрати студент для одержання екзамену, становить 50 балів. Бали за відповіді на теоретичні питання викладач виставляє на оголошенні екзаменаційних оцінок після усної співбесіди.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка за чотирьохрівневою шкалою оцінювання
90 – 100	відмінно
70-89	добре
50-69	задовільно
1-49	незадовільно

Базова література

1. Закон України «Про державні цільові програми» // Відомості Верховної Ради України. – 2004. - №25, ст. 352.
2. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2020 року [Електрон. ресурс]. Спосіб доступу: – <http://www.oda.te.gov.ua/data/upload/publication/main/ua/20090/strategija2020.pdf>.
3. Глядіна М.В. Механізм розробки регіональної політики розвитку рекреаційної сфери // Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту Київського Національного торговельно-економічного університету. Економічні науки. Вип.ІІІ.- Чернівці, 2005. – С.186-190.
4. Голиков А. П., Казакова Н. А., Прав Ю. Г. Региональная политика и экономическое развитие: европейский контекст: Учебное пособие. – Харьков: Экограф, 2009. – 240 с.
5. Дмитренко В. М. Напрями вдосконалення механізмів розвитку туризму на регіональному рівні / Дмитренко В. М. // Держава та регіони. Серія: Державне управління. – 2007. – № 4. – С. 69–74.
6. Долішній М. І. Регіональна політика на рубежі ХХ–ХХІ століть: нові пріоритети / Долішній М. І. – К.: Наукова думка, 2006. – 288 с.
7. Євдокименко В.К. Регіональна політика розвитку туризму (методологія формування, практика реалізації) / Євдокименко В.К. – Львів, 1999. – 190 с.
8. Калиновская Н. А., Чернов В. А. Туризм и экономика региона: Монография. – Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2001. – 144 с.
9. Коблова А. А. Рекреационно-туристский комплекс как объект регионального управления / Коблова А. А. // Сборник научных трудов Северо-Кавказского государственного технического университета. Серия «Экономика». – 2005. №2. – С. 124-138.
10. Котлер Ф. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. / Пер. с англ. М. Акая при участии В. Мишучкова. – Спб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 376 с.
11. Кротова Е. Л. Рекреационно-туристский комплекс региона: теория и практика реформирования. Екатеринбург: УРО РАН, 2001.
12. Леонт'єва Ю.Ю. Оцінка ресурсів категорії «Атракція» регіональних дестинацій України / Ю.Ю. Леонт'єва // Економіка і регіон: наук. вісн. – 2009. – № 3(22). – С.20-26.
13. Леонтьева Ю.Ю. Маркетинг дестинаций как составная часть регионального маркетинга / Ю.Ю. Леонтьева // Економіка: проблеми теорії та практики: Зб. наук. пр. – 2007. – Вип. 231: в 9 т., том VIII. – С.1569-1579.

14. Любіцева, О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). - 3-є вид., переробл. та допов. [Текст] : навч. посібник / О.О. Любіцева. - К.: «Альтпрес», 2005. - 436 с.
15. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий: учебное пособие / А.П. Панкрухин. – М.: РАГС, 2002. – 328 с.
16. Парфиненко А. Ю. Туристический имидж как источник конкурентоспособности региона / Парфиненко А. Ю. // Актуальные проблемы экономики, менеджмента, маркетинга: Материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 17-19 нояб. 2009 г.): в 2 ч. / отв. ред. Г. И. Ткаченко. Белгород: Изд.-во БелГУ, - Ч. 2. – С. 257-262.
17. Парфіненко А. Ю. Культура як джерело конкурентних переваг та складова туристичного іміджу регіону // Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку: Монографія / Під ред. проф. В. В. Александрова. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. – С. 88-105.
18. Регіони України: проблеми та пріоритети соціально-економічного розвитку: Монографія / За ред. З. С. Варналія. – К.: Знання України, 2005. – 498 с.
19. Свиридова Н.Д. Развитие туризма в регионе как объект государственного управления // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 2. – С.18-22.
20. Севастьянова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства : учеб. пособие / С.А. Севастьянова. - М. : КНОРУС, 2007. – 256 с.
21. Ткаченко Т.І. Сталый розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія (2-ге вид. від. ред. доп.), КНТЕУ, 2009 - 436 с.
22. Ткаченко Т. І. Територіально сфокусований розвиток суб'єктів туристичного бізнесу / Т. І. Ткаченко // Культура народів Причорномор'я. – 2006. – № 81. – С. 56-64.
23. Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку: Монографія / Під ред. проф. В. В. Александрова. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. – 287 с.
24. Туристичний імідж регіону: Монографія / За ред. Парфіненко А. Ю. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна. – 315 с.
25. Управління регіональним розвитком туризму: Навчальний посібник. / За ред. В.Ф. Семенова –Одеса, 2011. - 225 с.
26. Giaoutzi M., Nijkamp P., Tourism and regional development: new pathways, 2006.
27. Sharma K.K. Tourism and Regional Development, 2007
28. Sharpley R., Telfer D. Tourism and Development: Concepts and Issues, 2002.
29. Telfer D.J., Sharpley R. Tourism and Development in the Developing World, 2008.
30. Bhatt H. Regional Tourism, 2008

Допоміжна література

31. Борушак М. Стратегія розвитку туристичних регіонів: Автореф. дис. д-ра ек. наук. – Львів. – 2008. – 38 с.
32. Дмитренко В. М. Державне регулювання регіонального рекреаційно-туристичного комплексу. Автореф. дис. канд. наук з держ. упр. – Запоріжжя. – 2008. – 28 с.
33. Пахомов Ю. М. Система цінностей як фактор конкурентоспроможності країн у глобальному світі / Пахомов Ю. М. // Економіка ринкових відносин. – К., 2008. - №1 (1). – С. 38-45.
34. Рахмалева О. В. Культурный туризм как фактор социально - экономического развития региона. – Автореф. дис. канд. эк. наук. – Санкт-петербург, 2000.

Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

35. Гордин В. Э., Матецкая М. В. Культурный туризм как стратегия развития города: поиск компромиссов между интересами местного населения и туристов // Там само. <http://www.hse.ru/data/659/478/1239>
36. Дацко О. І. Культура як чинник сталого розвитку регіонів: європейський досвід // http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/pips/2009_1/224.pdf 2009. – С. 224-230.
37. <http://www.unctad.org> – офіційний сайт UNCTAD.
38. <http://www.unesco.org/new/ru> – офіційний сайт ЮНЕСКО.
39. <http://www2.unwto.org/ru> – офіційний сайт ЮНВТО