

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Факультет геологічний
Кафедра екологічної та інженерної геології і гідрогеології

Затверджено
на засіданні кафедри екологічної та
інженерної геології і гідрогеології
факультету геологічного
Львівського національного університету
імені Івана Франка
(протокол № ___ від _____ р.)
Завідувач кафедри _____ доц. Петро Волошин

Силабус з навчальної дисципліни
«ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ В ЕКОТУРИЗМІ ТА ГЕОМАРКЕТИНГ»,
що викладається в межах ОПП Екологічний менеджмент і геотуризм
другого (магістерського) рівня вищої освіти для здобувачів з
спеціальності 101 Екологія

Назва курсу	Основи менеджменту в екотуризмі та геомаркетинг
Адреса викладання курсу	Львівський національний університет імені Івана Франка
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Геологічний факультет Кафедра екологічної та інженерної геології і гідрогеології
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	10 Природничі науки 101 Екологія
Викладачі курсу	Кремінь Надія Юріївна – кандидат географічних наук, доцент кафедри екологічної та інженерної геології і гідрогеології Бучацька Ганна Михайлівна – асистент кафедри екологічної та інженерної геології і гідрогеології
Контактна інформація викладачів	<i>e mail:</i> nadiya.kremin@lnu.edu.ua ; hanna.buchatska@lnu.edu.ua <i>Сторінка викладачів:</i> https://geology.lnu.edu.ua/employee/kremin-n-yu ; https://geology.lnu.edu.ua/employee/buchatska-hanna-myhajlivna вул. Грушевського, 4, кімнати 204-206
Консультації з питань навчання по дисципліні	Консультації, за необхідності, проводяться в день лекцій і практичних занять, або за попередньою домовленістю. Крім того, можливі онлайн консультації за допомогою Viber, Telegram, Zoom, Teams, електронну пошту або інші ресурси. Для погодження часу онлайн консультацій слід писати на електронну пошту викладача або телефонувати.
Сторінка курсу	https://e-learning.lnu.edu.ua/course/view.php?id=2537
Інформація про курс	Курс спрямований на формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок щодо основ менеджменту та геомаркетингу щодо сфери екологічного туризму. Дисципліна надає загальне уявлення про основні категорії науки управління, функції управління і процеси прийняття управлінських рішень, методи використання базових інструментів управління організаціями; дозволяє вивчити вплив різних факторів на ефективність системи управління екотуристичною організацією; зрозуміти основні принципи геомаркетингу під час ведення екотуристичної діяльності.
Коротка анотація дисципліни	Дисципліна “ Основи менеджменту в екотуризмі та геомаркетинг” є нормативною дисципліною зі спеціальності 101 Екологія для освітньо-професійної програми “Екологічний менеджмент і геотуризм”, яка викладається у другому семестрі обсягом 4 кредити (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
Мета та цілі дисципліни	Мета дисципліни “ Основи менеджменту в екотуризмі та геомаркетинг ” – є формування сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у галузі менеджменту та геомаркетингу, формування розуміння концептуальних основ системного управління організаціями; набуття умінь аналізу середовища функціонування організації, прийняття раціональних та логічних управлінських рішень, які спираються не на інтуїцію, а на фактичні аналітичні значення роботи підприємства. Цілі дисципліни – формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок щодо сучасних аспектів сфери управління у екотуристичній галузі та геомаркетингових досліджень.
Література для вивчення дисципліни	Основна література 1. Андерсон В.М. Геоменеджмент і геомаркетинг як інструменти сталого розвитку в умовах конкуренції регіонів / Науковий вісник. - 2005. - № 15.7. – С.. 225 – 231. 2. Борисова Т.М. Маркетинг некомерційних організацій у розрізі сфер діяльності: теорія і практика: Монографія. / Т.М. Борисова.-Тернопіль: Ас-

тон, 2015.– 284 с.

3. Борисова Т.М. Особливості маркетингу некомерційних суб'єктів сфери охорони природного довкілля / Т. М. Борисова // Тренди та інновації в сучасній економіці : матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф. (Харків, 23–24.04.2015р.).– Ч. 4.–Х. : ХНУБА, 2015.– С. 168–172
4. Вишневський В.І. Екологічний туризм: навчальний посібник // К: Інтерпрес ЛТД, 2015. – 140с.
5. Дмитрук О.Ю. Екологічний туризм у системі суспільно-економічних відносин // Економічна та соціальна географія: Наук. зб. - К., 2001. – С 89–95.
6. Дмитрук О.Ю. Екологічний туризм у системі суспільно-економічних відносин // Економічна та соціальна географія: Наук. зб. - К., 2001. – С 89–95.
7. Дмитрук О.Ю. Екологічний туризм як регулюючий чинник урбанізації // Фізична географія і геоморфологія. К.: ВГЛ «Обрії», 2001. - №40. С.47–52
8. Дмитрук О.Ю., Щур Ю.В. Екологічний туризм як дидактична основа раціонального природокористування та геоекологічної освіти // Регіональні екологічні проблеми: 36. наук, праць. - К., 2002. - С 45-50.
9. Дурович А.П., Копанев А.С. Маркетинг в туризмі: Учеб. пособие / Под общей редакцией З.М. Горбылевой. - Минск, 1998. - С. 15-21.
10. Екологічна стежка (методика, організація, характеристика модельної стежки «Лісники») / Я.П.Дідух, В.М.Ермоленко, О.Т.Крижанівська та ін. - К., 2000.
11. Карлова О.А. Основи менеджменту. Навч. посібник. –Харків: ХНАМГ, 2008. – 314 с.
12. Кекушев В.П., Сергеев В. П., Степаницкий В. В. Основы менеджмента экологического туризма: Учеб. пособие. - М., 2001.
13. Кліке Г. Геомаркетинг: методи і стратегії просторового маркетингу. - Лондон: ISTE, 2006
14. Козловський О.Ю., Борисюк Б.В. Екологічний туризм : навч. посіб. // Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І.Франка, 2011. – 202 с
15. Любіцева О.О. Методика розробки турів. – К.: Альтерпрес, 2003. – 104 с.
16. Любіцева О.О., Сташук К. Розвиток екологічного туризму в Україні // Економічна та соціальна географія: Наук. зб. /Ред. кол.: СІ. Іщук (відп. ред.) та ін. - К.; 2002. - Вип. 53. С.189 – 196
17. Оксентюк Б.А. Екологічний маркетинг: необхідність виникнення, поняття, характеристика / Богдана Оксентюк // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції студентів і молодих учених „Соціально-економічні аспекти розвитку економіки“, 27-28 квітня 2017 року. – Т. : ТНТУ, 2017. – С. 55–57
18. Петрук В.Г. та ін. Екогеографія та екотуризм: підручник Вінниця: // ТОВ "Нілан-ЛТД", 2016. – 178 с
19. Садченко Е.В. Основы экологического маркетинга. // Економічні інновації. Економіко-екологічні проблеми природокористування на сучасному етапі Зб. наук. праць. Одеса: Інститут проблем ринку й економіко-екологічних досліджень НАН України. - 1999. - Вип. 6. С. 22-31
20. Сорокіна Г.О. Екологічний туризм : навч. посіб. // Луганськ: Вид-во ДЗ –ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2013. – 206 с.

Додаткова література

1. Миронов Ю.Б., Ібрагімлі Т.І. Маркетингові стратегії туристичних підприємств / Ю.Б. Миронов, Т.І. Ібрагімлі // Мат. III Міжнар. каук.-практ. конф. «Стратегії та інновації: актуальні управлінські практики» (м. Кривий Ріг, 28 квітня 2018 р.). Кривий Ріг: ДонНУЕТ ім. М. Туган-

	<p>Барановського, 2018. 559 с. С.186-189.</p> <p>2. Савіцька О.П., Савіцька Н.В. Стратегія розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти . [Електронний ресурс] Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/23348/1/11-68-74.pdf</p> <p>3. Падерін І. Д., Горященко Ю. Г., Новак Є. Е. .Стратегічне управління на підприємствах малого та середнього бізнесу / І.Д. Падерін, Ю.Г. Горященко, Є.Е. Новак // Економічний вісник Донбасу № 2(48), 2017 – С.163–167</p> <p>Інтернет ресурси</p> <p>1. Все про туризм. Туристична бібліотека URL: http://tourlib.net/</p> <p>2. Всесвітня організація туризму. URL: http://www2.unwto.org/</p> <p>3. Geomarketing applied to tourism URL: https://geographica.com/en/blog/geomarketing-applied-to-tourism/</p> <p>4. Програма розвитку туризму, курортів та рекреації у Львівській області на 2018-2020 роки. URL: https://loda.gov.ua/news?id=32352</p> <p>5. Державне агентство розвитку туризму URL: https://www.tourism.gov.ua/</p>
Тривалість курсу	120 годин
Обсяг курсу	48 години аудиторних занять. З них 32 години лекцій, 16 годин практичних занять та 72 годин самостійної роботи.
Очікувані результати навчання	<p>Після завершення цього курсу студент буде знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сутність основних понять і категорій менеджменту, управління, геомаркетингу; – історію розвитку менеджменту та маркетингу в тім числі геомаркетингу; – принципи та функції менеджменту екотуризму і геомаркетингу; – систему методів управління; – зміст процесів та технології управління; – основи планування, здійснення мотивування та контролювання; – організацію взаємодії та повноважень; – зміст та характеристику основних типів організаційних структур управління; – прийняття рішень у менеджменті і геомаркетинзі; – інформаційне забезпечення процесу управління; – керівництво та лідерство, стилі управління; – ефективність управління <p>вміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> – визначати місії та цілі організації; – проводити геомаркетингові дослідження; – аналізувати та будувати різні типи організаційних структур управління організацій; – налагоджувати ефективні комунікації у процесі управління; – здійснювати делегування; – розробляти й приймати до реалізації управлінські рішення; – визначати та оцінювати ефективність менеджменту.
Ключові слова	Менеджмент, геомаркетинг, стратегічне планування, позиціонування турпродукту, маркетинг
Формат курсу	Очна (денна) форма
	Проведення лекцій, практичних робіт та консультації для кращого розуміння тем
Теми	Подано нижче у табличній формі СХЕМА КУРСУ*
Підсумковий контроль, форма	Екзамен в кінці II семестру

Пререквізити	Передумовою для вивчення курсу є знання із дисциплін: “Методологія та організація наукових досліджень”, “Стратегії сталого розвитку”, “Концепції сучасного екологічного геотуризм”
Навчальні методи та техніки, які будуть використовувати під час викладання курсу	Лекційна форма навчання: - проведення лекцій з використання мультимедійного забезпечення; - дискусія, бесіда, ілюстрація, демонстрація. Практичне заняття: - доповідь, відповідь, обговорення; - підготовка презентації
Необхідне обладнання	Мультимедійне обладнання. Програми: Microsoft Office Word, Microsoft Office Excel, Microsoft Office PowerPoint.
Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)	Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за таким співвідношенням: • практичні заняття: 30% семестрової оцінки; максимальна кількість балів 30; • контрольні заміри (тести): 20% семестрової оцінки; максимальна кількість балів 20. • 20% семестрової оцінки за виконання індивідуального науково-дослідного завдання (ІНДЗ); максимальна кількість балів 20 • 30% семестрової оцінки за підсумкове опитування (тестування Moodle); максимальна кількість балів 30 • екзамен виставляється шляхом сумування балів, які одержав студент впродовж семестру та під час написання підсумкового тестування. Підсумкова максимальна кількість балів 100
Питання до Екзамену	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основні терміни та визначення геомаркетингу. 2. Предмет, об’єкт і мета менеджменту в екотуризмі. 3. Особливості менеджменту в екотуризмі 4. Засади сучасної системи управління. 5. Системний підхід та його особливості 6. Процесний підхід та управлінські функції 7. Ситуаційний підхід 8. Стратегічне управління в туристичній галузі 9. Характерні риси стратегії 10. Умови розвитку екологічного туризму в Україні 11. Основні ознаки екотуризму 12. Організаційно-економічна стратегія забезпечення екотуристичної діяльності 13. Підготовка кадрів для туристських організацій 14. Управління персоналом туристських організацій 15. Основні теорії мотивації в управлінні персоналом 16. Функції управління туристичних організацій 17. Методи управління 18. Сучасні підходи до дослідження систем управління 19. Основні терміни та визначення геомаркетингу. 20. Завданням екологічного маркетингу. 21. Функції екологічного маркетингу. 22. Завдання Геомаркетингу 23. Сегментація ринку в екологічному туризмі. Методи сегментації ринку 24. Позичіонування екотуристського продукту. 25. Об’єктивне і суб’єктивне позиціонування 26. Репозиціонування та його стратегії 27. Чинники формування цільових ринків екотуристичних продуктів. 28. Категорії екотурів за цільовими ринками.

	<ul style="list-style-type: none"> 29. Дані для геомаркетингу. Геопросторові дані. 30. ГІС в Геомаркетинзі. 31. Приклади геоінформаційних маркетингових систем. 32. Засоби автоматизації маркетингової інформації. 33. Методи геомаркетингу 34. Переваги застосування ГІС-технологій у туристично-рекреаційній галузі. 35. Геомаркетингові дослідження. 36. Поняття про геомаркетингові дослідження 37. Складові геомаркетингових досліджень. 38. Об'єкти геомаркетингових досліджень 39. Мета геомаркетингових досліджень 40. Результат геомаркетингового дослідження
Опитування	Опитування студентів проводиться в усній формі, у формі бесіди, у формі тестування за допомогою системи Moodle

Схема курсу “ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ В ЕКОТУРИЗМІ ТА ГЕОМАРКЕТИНГ”

Тиждень	Тема, план, короткі тези	Форма діяльності (заняття)	К-ть год.
1	Тема 1. Поняття про «основи менеджменту в екотуризмі»: Основні терміни та визначення. Предмет, об’єкт і мета менеджменту в екотуризмі. Особливості менеджменту в екотуризмі	Лекція	2
2	Тема 2. Системний, процесний та ситуаційний підходи в менеджменті: Засади сучасної системи управління. Системний підхід та його особливості. Процесний підхід та управлінські функції. Ситуаційний підхід	Лекція	2
3-5	Тема 3. Організація управління екотуристськими організаціями: Стратегічне управління в туристичній галузі. Характерні риси стратегії. Умови розвитку екологічного туризму в Україні. Основні ознаки екотуризму. Організаційно-економічна стратегія забезпечення екотуристичної діяльності	Лекція	6
6	Тема 4. Трудові ресурси як складова менеджменту: Підготовка кадрів для туристських організацій. Управління персоналом туристських організацій. Основні теорії мотивації в управлінні персоналом	Лекція	2
7, 8	Тема 5. Особливості управління в туристській індустрії: Функції управління туристичних організацій. Методи управління. Сучасні підходи до дослідження систем управління	Лекція	4
9,10	Тема 6 Поняття про екологічний маркетинг і геомаркетинг: Основні терміни та визначення. Завданням екологічного маркетингу. Функції екологічного маркетингу. Завдання Геомаркетингу	Лекція	4
11-12	Тема 7. Особливості геомаркетингу екологічного туризму: Сегментація ринку в екологічному туризмі. Методи сегментації ринку. Позичування екотуристського продукту. Об’єктивне і суб’єктивне позиціонування. Репозиціонування та його стратегії. Чинники формування цільових ринків екотуристичних продуктів. Категорії екотурів за цільовими ринками.	Лекція	4
13, 14	Тема 8. Інструменти геомаркетингу: Дані для геомаркетингу. Геопросторові дані. ГІС в Геомаркетинзі. Приклади геоінформаційних маркетингових систем. Засоби автоматизації маркетингової інформації. Методи геомаркетингу. Переваги застосування ГІС-технологій у туристично-рекреаційній галузі.	Лекція	4
15, 16	Тема 9. Геомаркетингові дослідження. Поняття про геомаркетингові дослідження.Складові геомаркетингових досліджень. Об’єкти геомаркетингових досліджень. Мета геомаркетингових досліджень. Результат геомаркетингового дослідження	Лекція	4
1,3	1. Правові та організаційні основи розвитку екологічного туризму.	Практична робота	4
5,7	2. Туристичні екоресурси України.	Практична робота	4
9	3. Методичні основи екологічного туру (маршруту).	Практична робота	2
11	4. Екотуристична діяльність у національних парках України.	Практична робота	2
13, 15	5. Формування екотуру.	Практична робота	4
1	1. Екотуризм і псевдо-екотурим. Критерії розрізнення. Приклади.	Самостійна робота	2
2/3	2. Екотуризм та етнотуризм: взаємодія та протиріччя	Самостійна робота	4

Тиждень	Тема, план, короткі тези	Форма діяльності (заняття)	К-ть год.
4/5	3. Діяльність міжнародних та національних організацій у сфері еко-туризму	Самостійна робота	4
6/7	4. Ядра і регіони для розвитку екотуризму в Україні	Самостійна робота	4
8/9	5. Використання об'єктів природно-заповідного фонду України в екологічному туризмі.	Самостійна робота	4
9	6. Екологічний туризм як інструмент стійкого розвитку.	Самостійна робота	4
10	7. Класифікація принципів менеджменту.	Самостійна робота	4
11	8. Розвиток управлінської науки в Україні. Особливості формування сучасної моделі менеджменту в Україні.	Самостійна робота	4
12	9. Управлінські процедури: узагальнене визначення, інформаційне забезпечення, аналітична діяльність, вибір варіанту дій, реалізація рішення, зворотній зв'язок.	Самостійна робота	4
13	10. Різновиди технологій прийняття рішень. Якість управлінських рішень	Самостійна робота	4
14	11. Сутність результативності та ефективності менеджменту	Самостійна робота	2
15	12. Інформація, її види та роль у менеджменті	Самостійна робота	2
5/ 16	Підготовка до аудиторних та практичних занять (опанування попереднього лекційного матеріалу)	Самостійна робота	3
3- 16	Підготовка індивідуального науково-дослідного завдання (ІНДЗ) "Стратегія екотуристичної організації"	Самостійна робота	24
5/ 16	Підготовка до поточного тестування	Самостійна робота	3

ІНДИВІДУАЛЬНЕ НАУКОВО-ДОСЛІДНЕ ЗАВДАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ "ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ В ЕКОТУРИЗМІ ТА ГЕОМАРКЕТИНГ"

Стратегія екотуристичної організації

Підготувати презентацію щодо стратегії розвитку чи консолідації певного типу екотуристичної організації за обраною темою (перелік тем наведено нижче).

1. Стратегія розвитку ековелотурів в НПП Королівські Бескиди
2. Стратегія геотурів в околицях с. Підкамінь (Бродівський р-н) з акцентом на розташування геологічної пам'ятки природи Ерозійного останця морських рифів Товтрів або Медоборів Сарматського віку
3. Стратегія геотуризму в РЛП Знесіння
4. Стратегія кінного туризму в НПП Бойківщина
5. Стратегія пішохідного екотуризму в околицях гідрологічної пам'ятки природи Водоспад "Гуркало" (с. Корчин, Сколівський р-н)
6. Стратегія орнітологічного туризму на Розточчі
7. Стратегія ековелотурів в межах комплексної геологічно-ботанічної пам'ятки "Триніг" (Бродівський р-н)
8. Стратегія пішохідного екотуризму в ландшафтному заказнику Торфовище Білогорща
9. Стратегія пізнавального екотуризму в РЛП Стільське Горбогір'я
10. Стратегія кінного туризму в НПП Сколівські Бескиди