

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет історії, політології та національної безпеки
Кафедра музеєзнавства, пам'яткознавства та інформаційно-аналітичної
діяльності

СИЛАБУС
вибіркового освітнього компонента
МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ ТУРИСТИЧНОЇ ТА
ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
підготовки другого (магістерського) рівня вищої освіти

Луцьк – 2025

Силабус освітнього компонента «Менеджмент і маркетинг туристичної та виставкової діяльності» підготовки магістерського освітнього рівня

Розробник: Гаврилюк С. В., професор, завідувач кафедри музеєзнавства, пам'яткознавства та інформаційно-аналітичної діяльності, доктор історичних наук, професор.

Погоджено

Гарант освітньо-професійної програми:

(Чибирак С. В.)

Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри музеєзнавства, пам'яткознавства та інформаційно-аналітичної діяльності
протокол № 2 від 17.09.2025 р

Завідувач кафедри:

(Гаврилюк С. В.)

I. ОПИС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній рівень	Характеристика освітнього компонента
Денна форма здобуття освіти	Галузь знань В Культура, мистецтво та гуманітарні науки	Вибірковий
Кількість годин/кредитів 120/4	Спеціальність В12 Культурологія та музеєзнавство	Рік навчання: 1-й Семестр: 1-й
ІНДЗ: немає		Лекції: 10 год.
		Практичні (семінарські): 14 год.
		Самостійна робота: 88 год.
	Освітньо-професійна програма Музеєзнавство, пам’яткознавство,	Консультації: 8 год.
	Освітній рівень магістерський	Форма контролю: залік
Мова навчання:	українська	Навчальний план 2025 р.

II. Інформація про викладача

ППП: Гаврилюк Світлана Віталіївна.

Науковий ступінь: доктор історичних наук.

Вчене звання: професор.

Посада: професор, завідувач кафедри музеєзнавства, пам'яткознавства та інформаційно-аналітичної діяльності.

Контактна інформація: e-mail: romir1991@ukr.net

тел. +38 (050) 438 73 04

Дні занять згідно з розкладом факультету за посиланням: <https://ps.vnu.edu.ua/cgi-bin/timetable.cgi>

III. Опис освітнього компонента

1. Анотація курсу. Силабус освітнього компонента «Менеджмент і маркетинг туристичної та виставкової діяльності» складено з урахуванням можливості формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів освіти бакалаврського рівня. Він спрямований на вивчення здобувачами вищої освіти: попиту і потреб ринку у сфері надання послуг, зокрема, туристичного обслуговування та виставкової діяльності; орієнтації туристичних послуг на певні сегменти ринку і його модернізацію; проведення аналізу конкурентоспроможності міста й регіону як туристсько-екскурсійного центра (наявність ринку, прямих і непрямих конкурентів, попиту, ін.); оволодіння методикою створення і представлення постійно діючих, тимчасових та короткострокових виставок у музеях та галереях різного профілю; вивчення системи маркетингу туристичної та виставкової діяльності, процесів оперативного та стратегічного управління маркетингом у цих галузях; формування вмінь використання інноваційних технологій в туристичній та виставковій діяльності.

2. Мета і завдання освітнього компонента.

Мета освітнього компонента полягає у формуванні в здобувачів освіти теоретичних знань та практичних умінь з менеджменту і маркетингу туристичної та виставкової діяльності; оволодіння ними навичками аналізу кон'юнктури ринку туристичних послуг та виставкової діяльності; визначення специфіки створення інноваційного туристичного продукту (екскурсії) та особливостей методики проведення різних видів екскурсій; опанування основними знаннями та навичками управління у галузі туристично-екскурсійної та виставкової діяльності.

Основними завданнями вивчення освітнього компонента «Менеджмент і маркетинг туристичної та виставкової діяльності» є: засвоєння дефініцій *менеджмент, маркетинг, туризм, виставка, мистецька галерея, туристична діяльність, виставкова діяльність*; оволодіння знаннями щодо системного підходу до управління туристичним та виставковим обслуговуванням в індустрії туризму та музейній галузі; набуття здобувачами освіти навичок роботи з нормативними документами, які стосуються управління туристичною та виставковою діяльністю; формування умінь здійснювати стратегічне та поточне планування, оцінювати ефективність менеджменту в туризмі і виставковій діяльності; навчити застосовувати теоретичні знання у вирішенні практичних завдань, пов'язаних з управлінням туристичною та виставковою діяльністю, зокрема, сформувати практичні навички планування, організації та контролю маркетингових рішень у туристичній та виставковій роботі.

3. Soft skills. Вивчення освітнього компонента дозволить здобувачам освіти розвинути комунікативні та міжособистісні навички (вміння чітко, грамотно та переконливо висловлювати власні думки (як усно, так і письмово), вести ділове листування, презентувати туристичний продукт чи виставковий проєкт); навички клієнтського сервісу (здатність встановлювати

позитивний контакт з туристами/відвідувачами, розуміти їхні потреби, вирішувати конфлікти та претензії); адаптивність та гнучкість (вміння швидко пристосовуватися до змін у ринковому середовищі, нових вимог клієнтів або непередбачуваних обставин (наприклад, зміна логістики туру чи формату виставки); професійний етикет (володіння правилами поведінки у діловому і міжкультурному середовищі, управління власними емоціями, адекватне реагування на емоційний стан туристів та колег); навички управління та лідерства; критичне мислення, стресостійкість; креативність та ініціативність (здатність генерувати нові ідеї для створення унікальних туристичних продуктів, креативних маркетингових кампаній та інноваційних виставкових рішень).

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Усьог о	Ле к.	Практ. (сем)	Сам. роб.	Кон с.	Форма контролю /бали
Змістовий модуль 1. Менеджмент туристичної і виставкової діяльності						
Тема 1. Сутність і зміст менеджменту як процесу планування й організації.	10	2		8		ДС
Тема 2. Теоретичні та правові засади менеджменту туристичних бюро та організаторів подорожей. Виставкова діяльність у туризмі.	10		2	8		УО, Р, ДС / 12
Тема 3. Моделі і методи прийняття управлінських рішень у туристичній і виставковій діяльності. Мотивація ефективної роботи працівників. Організаційна культура	14	2		10	2	ДС
Тема 4. Управління формуванням туристичного продукту. Управлінські рішення при організації виставок.	14	2		10	2	ДС
Тема 5. Менеджмент персоналу туристичних організацій, музейних закладів і галерей	10		2	8		УО, ДС /12
Разом за модулем 1	58	6	4	44	4	24
Змістовий модуль 2. Маркетинг туристичної індустрії та виставкової діяльності						
Тема 6. Поняття маркетингу. Маркетинг і його місце у туристичній та виставковій діяльності.		2		6		ДС
Тема 7. Характеристика і структура туристичного маркетингу. Маркетингові особливості у виставковій роботі.			2	8		УО, ДС / 12
Тема 8. Маркетингові комунікації в системі менеджменту туристичної і виставкової діяльності			2	8	1	УО, Р, ДС / 12
Тема 9. Управління інноваціями та інформаційними процесами в галузі			2	6	1	УО, Т / 12

туризму і виставковій діяльності.						
Тема 10. Реклама як інструмент управління попитом на туристичному ринку.			2	8	1	УО / 12
Тема 11. Ефективність маркетингу в туристичній і виставковій індустрії. Презентація туристичного продукту і його продаж.			2	4	1	УО, Т, ДС / 12
Тема 12. Міжнародний досвід менеджменту і маркетингу туристичної та виставкової діяльності та впровадження його в Україні.		2		4		ДС
Разом за модулем 2	62	4	10	44	4	60
Активна участь у роботі семінарських занять						16
Всього годин:	120	10	14	88	8	100

Форма контролю*: УО – усне опитування; ДС – дискусія, Т – тести, Р – реферат.

5. Завдання для самостійного опрацювання

Самостійна робота здобувачів вищої освіти виконується за завданням і при методичному керівництві викладача, але без його безпосередньої участі. Вона включає як повністю самостійне засвоєння окремих тем дисципліни, так й опрацювання тем, які розглядаються під час аудиторної роботи. У ході самостійної роботи здобувачі вищої освіти опрацьовують та конспектують навчальну, наукову і довідкову літературу, виконують завдання, спрямовані на закріплення знань і формування умінь та навичок, готуються до поточного і модульного контролю з дисципліни.

№ теми	Види, зміст самостійної роботи
1	Ознайомитися з рекомендованою навчальною і науковою літературою.
2	Опрацювати нормативно-правові документи України щодо розвитку туристичної галузі. Підготувати реферат «Роль менеджера-управлінця у підготовці виставки».
3	Підготувати реферати «Поняття і роль мотивації у менеджменті»; «Організаційна культура як мотиваційне середовище»; «Система методів управління, їх сутність та особливості (на прикладі здійснення туристичної та виставкової діяльності закладами культури і туризму України)».
4	Підготувати реферат «Музейний менеджмент як складова менеджменту туристичної індустрії», «Організація виставок музеями».
5	Опрацювати посібник: Зайченко О. К. Організація підбору працівників з метою ефективного використання музейних збірок: метод. посібник. Київ : Логос, 2016. 110 с.
6	Опрацювання прослуханого лекційного матеріалу. Опрацювання наукової літератури з теми.
7	Опрацювання прослуханого лекційного матеріалу. Опрацювання наукової літератури з теми.
8	Підготувати реферат «Інформаційні системи і технології маркетингових комунікацій».

9	Опрацювання наукової літератури з теми.
10	Опрацювання наукової літератури з теми.
11	Опрацювання наукової літератури з теми.
12	Опрацювання наукової літератури з теми. Підготувати реферати «Менеджмент і маркетинг туристичної і виставкової діяльності у країнах Європи»; «Менеджмент і маркетинг туристичної та виставкової діяльності Республіці Польща».

IV. Політика оцінювання

При вивченні освітнього компонента «Менеджмент і маркетинг туристичної та виставкової діяльності» застосовується поточний та підсумковий семестрові форми контролю. Також, передбачено обов'язковий контроль засвоєння навчального матеріалу дисципліни, віднесеного на самостійну роботу. Поточний контроль (засвоєння окремих тем) проводиться у формі усного опитування або письмового експрес-контролю на лекціях та семінарських заняттях, у формі виступів здобувачів вищої освіти з доповідями та під час дискусій при обговоренні навчальних питань на семінарських заняттях, у формі написання рефератів, виконання тематичних тестових завдань.

При вивченні освітнього компонента необхідно спиратися на конспект лекцій та рекомендовану літературу. Вітається використання інших джерел з альтернативними поглядами на ті чи інші питання задля формування продуктивної дискусії з проблем курсу.

Відвідування занять є обов'язковим. У разі підписання здобувачем вищої освіти індивідуального плану обов'язковим є виконання індивідуальних завдань згідно зі встановленим викладачем графіком. Високо оцінюється прагнення здобувачів вищої освіти: регулярно відвідувати заняття; планомірно та систематично засвоювати навчальний матеріал; активно працювати на лекційних і семінарських заняттях, брати участь в обговоренні дискусійних питань; повною мірою долучатися до активних форм навчання; відпрацьовувати пропущені семінарські заняття. Недопустимими є: пропуски з неповажних причин та запізнення на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття (окрім випадків, передбачених навчальним планом та методичними рекомендаціями викладача); списування та плагіат.

Здобувачі вищої освіти мають дотримуватися академічної доброчесності: самостійно виконувати усі навчальні завдання, завдання підсумкового контролю. У разі використання ідей, тверджень, відомостей при виконанні усіх завдань, передбачених силабусом, необхідно у формі посилань вказувати на джерела інформації. Дотримуватись норм законодавства про авторське право і суміжні права. Дотримуватись положень «Кодексу академічної доброчесності ВНУ імені Лесі Українки».

У випадку, якщо здобувач освіти не відвідував окремі аудиторні заняття з поважних причин та надав підтверджуючий документ, на консультаціях він має право відпрацювати

пропущені заняття (усно або у формі тестування) та добрати ту кількість балів, яку було визначено на пропущені теми. Пропущені з поважних причин заняття відпрацьовуються у визначений час згідно затвердженого графіка.

Консультації здобувачам вищої освіти надаються: на кафедрі згідно графіку; онлайн через Університетський портал – Office 365, за допомогою Viber чи електронної скриньки (за попередньою домовленістю з викладачем).

Результати навчання, здобуті здобувачем освіти шляхом неформальної та/або інформальної освіти, визнаються у ВНУ імені Лесі Українки шляхом валідації. Порядок та процедура визнання регламентується «Положенням про визнання результатів навчання, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті у ВНУ імені Лесі Українки». Визнанню можуть підлягати такі результати навчання, отримані в неформальній освіті (професійні курси/тренінги, громадянська освіта, онлайн-освіта, професійні стажування та ін.), які за тематикою, обсягом вивчення та змістом відповідають як освітньому компоненту в цілому, так і його окремому розділу, темі (темам), індивідуальному завданню, тощо, які передбачені силабусом навчальної дисципліни. Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті, відбувається в семестрі, що передує семестру початку вивчення освітнього компонента, або під час вивчення ОК (але не пізніше початку останнього місяця навчання, враховуючи ймовірність непідтвердження здобувачем результатів такого навчання).

Загалом оцінювання здобувачів здійснюється відповідно до «Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів вищої освіти ВНУ імені Лесі Українки». Максимальну кількість балів (100) можна набрати упродовж семестру за результатами виконання усіх видів робіт, які передбачені силабусом:

V. Підсумковий контроль

Семестровий залік виставляється здобувачам освіти на підставі результатів виконання усіх видів запланованої навчальної роботи упродовж семестру за 100-бальною шкалою. У дату складання заліку викладач фіксує у відомості суму поточних балів, які здобувач освіти набрав під час поточної роботи (шкала від 0 до 100 балів).

У випадку, якщо здобувач освіти протягом поточної роботи набрав менше як 60 балів, він складає залік під час ліквідації академічної заборгованості. У цьому випадку бали, набрані під час поточного оцінювання, анулюються. Максимальна кількість балів на залік під час ліквідації академічної заборгованості – 100. Повторне складання заліку допускається не більше як два рази: один раз – викладачеві, другий – комісії, яку створює декан факультету.

Терміни проведення підсумкового семестрового контролю встановлюються графіком навчального процесу.

Перелік питань до заліку:

1. Історіографія і джерела вивчення курсу.
2. Визначення термінів «менеджмент», «маркетинг», обґрунтування ролі менеджменту і маркетингу у туристичній та виставковій діяльності.
3. Джерела та історіографія навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг туристичної та виставкової діяльності».
4. Основні види та складники менеджменту у суспільстві.
5. Роль менеджера-управлінця у здійсненні туристичної діяльності.
6. Роль менеджера-управлінця у здійсненні виставкової діяльності.
7. Сутність, функції та класифікація екскурсій як складової туристичної індустрії.
8. Технологія планування і підготовки екскурсії.
9. Управління підготовкою туристичних екскурсій.
10. Основні категорії і складові туристичної індустрії. Функції туризму.
11. Поняття туристичної і виставкової діяльності. Визначення, зміст, цілі і завдання менеджменту і маркетингу у туристичній і виставковій діяльності.
12. Технологія планування і підготовки виставки.
13. Роль менеджера-управлінця у забезпеченні досягнення цілей організації, характеристика його кваліфікаційних ознак.
14. Система методів управління, їх сутність та особливості (на прикладі здійснення туристичної і виставкової діяльності).
15. Поняття і роль мотивації у менеджменті.
16. Процесний підхід до мотивації. Теорії очікування, справедливості, модель Портера-Лоулера.
17. Соціопсихологічні методи регулювання поведінки працівників туристичної агенції (фірми, організації).
18. Організаційна культура як мотиваційне середовище. Вплив організаційної культури на здійснення туристичної і виставкової діяльності.
19. Поняття комунікації та її роль у системі менеджменту.
20. Поняття комунікаційних бар'єрів. Способи усунення комунікаційних бар'єрів і підвищення ефективності комунікацій.
21. Маркетингові комунікації та їх особливості при здійсненні туристичної і виставкової діяльності.
22. Реклама як важливий вид маркетингових комунікацій.

23. Засоби і методи реклами в туризмі і виставковій діяльності.
24. Інформаційні системи і технології маркетингових комунікацій, їх ефективність у туристичній і виставковій діяльності.
25. Поняття та дефініції музейного менеджменту.
26. Сучасний управлінець-менеджер у музеї: особисті якості та професійні можливості.
27. Музейний персонал: вимоги до формування успішної команди.
28. Інноваційні засоби й методи музейного менеджменту.
29. Застосування маркетингових технологій у роботі музейних закладів.
30. Організація виставок музеями. Виставка online як засіб інноваційної діяльності в музейному менеджменті.
31. Здобутки, проблеми і перспективи музейного менеджменту і маркетингу в Україні.
32. Відвідувач (споживач, турист) як об'єкт музейного менеджменту.
33. Особливості організації роботи з іноземними туристами.
34. Форми і методи зацікавлення різних категорій відвідувачів музейними експозиціями і виставками (на прикладі музеїв Волинської області).
35. Форми і методи зацікавлення різних категорій відвідувачів музейними експозиціями і виставками (на прикладі музеїв Львова).
36. Форми і методи зацікавлення різних категорій відвідувачів музейними експозиціями і виставками (на прикладі музеїв Києва).

VI. Шкала оцінювання

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка
90 – 100	Зараховано
82 – 89	
75 – 81	
67 – 74	
60 – 66	
1 – 59	Незараховано (необхідне перескладання)

VII. Рекомендована література

1. Андренко І. Б., Кравець О. М., Писаревський І. М. Менеджмент туризму: навч. посіб. Харків : ХНУМГ, 2014. 402 с.
2. Балабанов Г. В. Музеї як чинник розвитку туризму: європейський досвід та українські реалії. *Функціонування та перспективи розвитку туристичної галузі України : монографія*. Львів : Львів. нац. ун-т імені І. Франка, 2018. С. 338–360.

3. Белікова М. В., Гресь-Євреїнова С. В. Музейний менеджмент в Україні та світі: проблеми та перспективи. *Економіка. Управління. Інновації*. 2013. Вип. 2 (10) (електронне фахове видання ЖДУ імені І. Франка).
4. Гаврилюк С. Маркетингові стратегії музеїв у ХХІ ст. *Волинський музейний вісник*: Наук. зб.: Вип. 13. / Департамент культури, молоді та спорту Волин. ОДА; Волин. краєзн. музей; каф. музеєзнавства, пам'ятокознавства та інформ.-аналіт. діяльн. ВНУ імені Лесі Українки; упоряд. Є. І. Ковальчук. Луцьк: ПП «Волинська друкарня», 2023. С. 7–13.
5. Гаврилюк С. В. Музеї в системі культурного туризму. *Географія та туризм: Матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди*. (Харків, 28 лютого 2024 р.). За заг. ред. Лоцмана П. І. Харків : ХНПУ ім. Г. С. Сковороди, 2024. С. 490–495.
6. Гаврилюк С. Музеї Волинської області як привабливі туристичні об'єкти. *Минуле і сучасне Волині та Полісся: місто Рожище в історії України та Волині: матеріали LXXII Всеукр. наук. іст.-краєзнавч. конф., присвяч. 700-річчю першої писемної згадки про місто* (м. Рожище. 8–9 грудня 2022 р.) : наук. зб. / упоряд.: Г. Бондаренко, В. Малиновський, С. Чибирак. Луцьк: ФОП Іванюк В. П., 2022. С. 197–201.
7. Гаврилюк С. Перспективи музеїв як об'єктів культурного туризму. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Історичні науки*. Луцьк, 2019. № 7 (380). С. 144–153.
8. Гаврилюк С. В., Надольська В. В. Музеї світу: комунікаційні стратегії та формування іміджу. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Науковий збірник*. Напрям: Культурологія. 2024. Вип. 48. С. 327–333.
9. Голубнича С. М., Цепурдей О. О. Маркетингові дослідження в екскурсійній діяльності. *Вісник ДІТБ*. 2011. № 15. С. 278–282.
10. Зайченко О. К. Організація підбору працівників з метою ефективного використання музейних збірок: метод. посібник. Київ : Логос, 2016. 110 с.
11. Карпюк А. В., Трофімук-Кирилова Т. М. Роль музеїв у туристичному розвитку та екскурсійній сфері міста Луцька. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 42. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1657>.
12. Кіптенко Н. І. Менеджмент туризму: навчальний посібник. Київ : Академвидав, 2012. 416 с.
13. Копитько О. Які кадри вирішують все? *Музейний простір*. 2013. № 1 (7). С. 7–12.
14. Кравцов С. С., Дрокіна Н. І. Менеджмент турбюро та організаторів подорожей : навч. посіб. Донецьк : ДІТБ, 2012. 236 с.

15. Менеджмент туристичної галузі: підручник / О. М. Білоусова та ін. Херсон : Гельветика, 2017. 579 с.
16. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія. За заг. ред. В. Г. Герасименко. Одеса : ОНЕУ, 2016. 262 с.
17. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі. Колект. монографія. (Бейдик О. О. та ін.; за наук. ред. Матвійчук Л. Ю.). Вид. 3. Луцьк: Луц. НТУ, 2017. 448 с.
18. Туристичний портал України : веб-сайт. URL: <http://www.tourua.com>.