**ДИВЕРСИФІКАЦІЯ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ ЧЕРЕЗ ЗБАЛАНСОВАНІСТЬ ТА КРЕАТИВНІСТЬ: ПОШИРЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ В УКРАЇНІ**

**Поточний заліковий модуль 3**Креативні технології туризму для сталого розвитку: теоретичні аспекти та європейський досвід

**Самостійна робота № 6**

**Туризм як основа кар’єри та досягнення успіху**

Викладач: **Воронкова В.Г.,** д.ф.н., проф. кафедри менеджменту організацій та управління проєктами Інженерного інституту ЗНУ

**Методичні рекомендації до самостійної роботи № 6**

1. Опрацювати матеріали лекцій 11.
2. Виконати 1-6.
3. Завдання 2 - есе необхідно прикріпити в систему Moodle.
4. Максимальна оцінка за есе - 4 бали.
5. Форма перевірки: есе прикріпити в систему Moodle.

**Завдання**

1. **Питання для обговорення:**

Кар’єра  у туризмі (ділова) – це поступове просування особистості у  туристичній сфері діяльності (організації), зміна навичок, здібностей, кваліфікаційних можливостей і розмірів винагороди, пов’язаних з  роботою у турфірмі, просування згідно обраного шляху за рахунок своєї  діяльності (кар’єра керівника турфірми, оператора, спеціаліста з інформації), використання свого впливу на формування іміджу фірми у контексті розвитку креативного простору з застосовуванням креативних технологій  та реалізації себе як креативної особистості, де головну роль будуть відігравати знання і компетентності.

Кар’єра у туризмі - це спеціалізована  кар’єра, що реалізується  завдяки базовій     освіті та навчання на протязі всього життя, укріплення організаційного потенціалу,  оволодіння функціями менеджера тур фірми ,ефективній  роботі з онлайн-сервісами тощо – системами бронювання, що сполучають новизну креативних інноваційних рішень з унікальністю послуг, що надаються; досягнення стрімкого успіху завдяки своїм знанням, цифровим компетентностям, вмінню працювати з великими даними (Big Data)  та оволодіння наукою  Data science, в основі якої  знаходиться весь масив інформації про користувачів послугами туризму.

Кар’єра у туризмі – це вміння орієнтуватися в оточуючому  середовищі, працювати з брендами, партнерами та іншими компаніями туристичного сервісу, щоб зрозуміти вплив негативних чинників, зокрема коронавірусу та обмежень на поїздки, користуючись масивом даних,  щоб  стати конкурентоспроможним навіть в умовах кризи, невизначеності, нестабільності, інформаційної стохастичності, що відкриває можливість досягнення поставлених цілей, отримання більш високої посади  у туристичній компанії та вміння працювати у команді.

Для реалізації кар’єри у фірмі, IT-керівник повинен бути креативним, творчим, всебічно підготовленим, бути антикризовим менеджером та гарним комунікатором, робота якого пов’язана з інтелектуальною діяльністю цифровізації CRM-систем з метою  упровадження автоматичних інструментів для виконання поставлених цілей та планування он-лайн продажів, упровадження штучного інтелекту для реалізації можливостей персоналізації обслуговування та упровадження їх у рамках цифровізації, вміння використовувати і поставити внутрішню і зовнішню комунікацію на службу компанії, використовуючи оперативність у роботі та сприяючи її ефективності.

Для кар’єри у туризмі креативна особистість-керівник повинна володіти інноваційними ІТ-технологіями, взаємодіяти з сектором сучасного високотехнологічного виробництва, включаючи блокчейн для здійснення різноманітних транзакцій без участі банківських структур різних країн, збирання і охорони даних про білети, заброньовані номери готелів, маршрути, переваги туристів, програми лояльності тощо, орієнтуватися на глобальні ринки та світову креативну туристичну галузь, вміти розробляти креативні кластери, аналізувати проблеми  та їх вирішувати.

**Завдання 1. Дискусія, присвячена обговоренню щодо зміцнення позицій ЄС та України у глобальному рейтингу креативності.**

Підготовчий етап: саморефлексія понять «креативний підхід», «креативність», «творчість».

1.1 Викладач запрошує студентів сформулювати власне розуміння креативності, навести приклади відмінностей креативності від творчості.

1.2 Викладач запрошує студентів самостійно дати авторські визначення творчості і креативності та умов їх застосування в ЄС та Україні.

Студенти порівнюють обрані інформацію щодо України спочатку між собою, а потім – із узагальненими результатами ЄС, та витлумачують розвиток креативних індустрій в ЄС та Україні з метою сформулювати Глобальний індекс креативності, надати йому характеристику та показати відмінності.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Завдання 2. Ознайомитися з концептуальним інструментарієм філософії креативності як суттєвого маркера туризму і основи креативної економіки.**   1. Скласти дорожню карту розвитку сільського туризму як основи креативної економіки в Європі та Україні: як адаптуватися, які упроваджувати інновації і як відновлюватися від потрясінь пандемії. 2. Прокоментувати, шляхи просування інновацій і цифровізації екосистеми туризму. 3. Як зробити кар’єру у туризмі і якими конкурентними перевагами особистості слід володіти. Зробити перелік конкурентних переваг особистості. 4. Підготуйте есе на тему «Сільський туризм як основа кар’єри та досягнення успіху» та прикріпіть його в систему Moodle.   **Завдання 3. Виявити креативні методи навчання:**  Викладач формулює тему «креативні методи навчання» і пропонує умовно їх поділити на: 1) методи інтуїтивного характеру («мозковий штурм», метод емпатії та ін.); 2) методи навчання, що базуються на виконанні алгоритмічних приписів та інструкцій (методи синектики, «морфологічного аналізу» та ін.); 3) методи евристики (методи «наведення» на можливі правильні рішення завдань та скорочення варіантів їх вирішення).  Викладач запрошує студентів до обміну думками відносно того, який з вище перерахованих методів буде сприяти розвитку креативності та творчості, адже креативне навчання є не що інше як навчання творчості, і саме воно є також творчою діяльністю. Формою «мозкового штурму» вирішуються завдання туризму як основи кар’єри та досягнення успіху.  **Завдання 4. Участь у рольовій грі «Захист робочих місць на селі, доходів від туризму та пом’якшення соціально-економічних наслідків для життя людей»**   1. Викладач пропонує студентам уявити себе командою представників креативного сільського бізнесу двадцять першого століття, яка бажає покращити ситуацію на селі. Студенти поділяються на чотири групи, кожна з яких має представити свій план змін. Рішення і відповідні заходи слід згрупувати і представити їх у: 1) концепцію розвитку творчості і креативності на селі; 2) концепцію розвитку креативних індустрій на селі.   **Завдання 5. Бліц-опитування**  Викладач пропонує студентам пройти коротке опитування щодо сучасного стану формування креативних індустрій в Україні, що відображають урбаністичну орієнтацію (центри розвитку - Запоріжжя, Київ, Львів, Дніпро, Одеса, Харків). Ефективна економічна реалізація креативного потенціалу України потребує розробки і впровадження системних заходів стимулювання розвитку креативних індустрій в Україні. Складіть і прокоментуйте ці системні заходи.  **Завдання 6. Робота в групах.**   1. Студенти поділяються на дві групи і, працюючи навперемін біля інтерактивної дошки, заповнюють порівняльну таблицю «Формування концепції розвитку туризму 4.0 у контексті європейського досвіду». 2. Отримавши результати, викладач запрошує студентів до обговорення таких питань:  * 1) як розвиваються креативні технології цифрової економіки і цифрового менеджменту як чинники сталого розвитку туристичного бізнесу за рахунок упровадження Data science - аналізу і обробки); * 2) як використовуються мегатренди Data Mining, що включають добування даних, інтелектуальний аналіз даних, глибинний аналіз даних, направлених на розширення та персоніфікацію даних про клієнтів для подальшого розвитку туристичного бізнесу; * 3) використання Big-data-методів (метод граф і топологічний аналіз); * 4) як впроваджуються моделі глибинного (машинного) навчання у сферу туристичного бізнесу, які удосконалюють концепцію креативних цифрових технологій; * 5) якими конкурентними перевагами особистості слід володіти, щоб забезпечити використання даної концепії упровадження Data science у сферу туристичного бізнесу. |  |  |  |