МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МИТНОЇ СПРАВИ, МАТЕРІАЛІВ, ТЕХНОЛОГІЙ ТА ГОСТИННОСТІ

ЗАТВЕРДЖУЮ
Декан факультету
_____ Валентина ТКАЧУК
«29» серпня 2026 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Перший проректор
_____ Надія КОВАЛЬЧУК
«29» серпня 2026 р.

СИЛАБУС

з освітнього компонента «Культурний туризм та креативні індустрії»
ступінь вищої освіти – бакалавр
галузь знань – 24 Сфера обслуговування
спеціальність – 242 Туризм і рекреація
освітня програма – Туризм

Кафедра туризму та гостинності

Силабус склав(ла) доцент кафедри туризму та гостинності, к.пед.н., доцент Тетяна ЗУБЕХІНА

Силабус затверджений на засіданні кафедри туризму та гостинності, протокол № 2 від «29» серпня 2026 р.

Завідувач кафедри д.е.н., професор Людмила МАТВІЙЧУК

Розглянуто та схвалено групою забезпечення освітньої програми «Туризм», протокол № 2 від «29» серпня 2026 р.

Гарант ОП «Туризм» к.е.н., доцент Юлія ДАЩУК

Схвалено науково-методичною радою університету, протокол № 1/а від «29» серпня 2026 р.

Затверджений силабус онлайн:
https://e.lntu.edu.ua/syllabus/2760

Луцьк – 2026

СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА «Культурний туризм та креативні індустрії»

Освітня програма	Туризм
Галузь знань / Спеціальність	24 Сфера обслуговування / 242 Туризм і рекреація
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Статус дисципліни	вибіркова
Мова викладання	українська
Обсяг	5 кредитів ECTS / 150 годин
Форма контролю	залік
Викладач(і)	к.пед.н., доцент Тетяна ЗУБЕХІНА електронна пошта: t.zubekhina@lntu.edu.ua

1. Мета і завдання дисципліни

Мета: Формування фахових компетентностей і теоретико-методологічних знань щодо використання культурних ресурсів і креативних індустрій у туристичній сфері та розвитку культурного туризму в Україні.

Завдання: 1. Розкрити сутність культурного туризму як соціокультурного феномену та його ресурсну базу.
2. Вивчити підходи до формування культурного бренду України та туристичних дестинацій.
3. Ознайомити з концепціями культурних кластерів, креативних міст і креативної економіки.
4. Сформувати вміння створювати туристичні продукти на основі культурної спадщини та креативних індустрій.
5. Навчити застосовувати діджитал-комунікації для просування культурних продуктів і дестинацій.
6. Розкрити моделі креативного лідерства та управління культурними проєктами.

Пререквізити: ОК "Організація туризму", ОК "Спеціалізований туризм", ОК "Краєзнавство і локальний туризм", ОК "Екскурсійна справа"

2. Компетентності

СК05 — Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів

СК14 — Здатність працювати у міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості до інших культур, поваги до різноманітності та мультикультурності, розуміння місцевих і професійних традицій інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці

3. Структура дисципліни, розподіл годин, зв'язок тем з компетентностями

№	Назва теми	Лекції денна/ заочна	Практ./ Семін./ лаб денна/ заочна	Самост. робота денна/ заочна	Разом	Методи навчання	Методи оцінювання	СК
Змістовий модуль 1. Базові засади культурного туризму								
1	Тема 1. Культурний туризм як соціокультурний феномен	4/2	4/–	11/17	19/19	МН1, МН2, МН3, МН4, МН6	МО2, МО3, МО4, МО6, МО7, МО9	СК05

№	Назва теми	**Лекції** денна/ заочна	**Практ./ Семін./ лаб** денна/ заочна	**Самост. робота** денна/ заочна	**Разом**	**Методи навчання**	**Методи оцінювання**	**СК**
2	Тема 2. Культурний бренд туристичної України	4/–	4/2	11/17	19/19	МН1, МН2, МН3, МН4, МН6	МО2, МО3, МО4, МО6, МО7, МО9	СК05, СК14
3	Тема 3. Культурні кластери і розвиток міської креативності	4/–	4/–	11/19	19/19	МН1, МН2, МН3, МН4, МН6	МО2, МО3, МО4, МО6, МО7, МО9	СК05, СК14
4	Тема 4. Ресурсна база культурного туризму	4/2	4/–	12/18	20/20	МН1, МН2, МН3, МН4, МН6	МО2, МО3, МО4, МО6, МО7, МО9	СК05
Змістовий модуль 2. Креативне середовище як елемент розвитку туристичного сектору								
5	Тема 5. Особливості формування креативного простору в туристичній індустрії	4/–	4/2	11/17	19/19	МН1, МН2, МН3, МН4, МН6	МО2, МО3, МО4, МО6, МО7, МО9	СК05
6	Тема 6. Креативні індустрії як інноваційна стратегія розвитку туризму	4/2	4/–	11/17	19/19	МН1, МН2, МН3, МН4, МН6	МО2, МО3, МО4, МО6, МО7, МО9	СК05, СК14
7	Тема 7. Діджитал-комунікації - креативна стратегія розвитку культурних індустрій	3/–	3/2	12/16	18/18	МН1, МН2, МН3, МН4, МН6	МО2, МО3, МО4, МО6, МО7, МО9	СК05, СК14
8	Тема 8. Моделі креативного лідерства в культурному туризмі	3/–	3/–	11/17	17/17	МН1, МН2, МН3, МН4, МН6	МО2, МО3, МО4, МО6, МО7, МО9	СК05, СК14
	Разом	**30/6**	**30/6**	**90/138**	**150/150**			

Легенда: СК — спеціальна (фахова) компетентність (номер за п. 2). Повне формулювання кожного коду наводиться в ОП / стандарті спеціальності.

Методи навчання: МН1 — словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо); МН2 — практичний метод (лабораторні та практичні заняття); МН3 — наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); МН4 — робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); МН6 — самостійна робота (розв'язання завдань).

Методи оцінювання: МО2 — усне або письмове опитування; МО3 — колоквіум; МО4 — тестування; МО6 — есе; МО7 — презентації результатів виконаних завдань та досліджень; МО9 — залік.

4. Цілі сталого розвитку

ЦСР 4 – Якісна освіта

ЦСР 8 – Гідна праця та економічне зростання

ЦСР 11 – Сталий розвиток міст і громад

ЦСР 16 – Мир, справедливість та сильні інститути

5. Неформальна освіта

Прометус. Режим доступу: https://prometheus.org.ua/courses-catalog

6. Критерії та форми контролю

Оцінювання — за 100-бальною шкалою (національна шкала / ЄКТС). Підсумковий бал = поточний контроль (50 %) + модульний контроль (50 %).

Академічна доброчесність: самостійне виконання завдань; коректне посилання на джерела; позначення частин тексту, згенерованих засобами ШІ. Порушення академічної доброчесності не толеруються.

7. Зміст тем

Тема 1. Культурний туризм як соціокультурний феномен

Поняття та види культурного туризму (пізнавальний, подієвий, етнічний, гастрономічний, релігійний, креативний); соціокультурні функції туризму; світові тенденції; відповідальний туризм і збереження ідентичності

Тема 2. Культурний бренд туристичної України

Брендинг дестинацій; національний і регіональні туристичні бренди; українська культурна дипломатія; вплив війни на світовий імідж України та туризм пам'яті

Тема 3. Культурні кластери і розвиток міської креативності

Концепція креативного міста; культурні та креативні кластери; Мережа креативних міст ЮНЕСКО; ревіталізація промислових просторів; українські приклади

Тема 4. Ресурсна база культурного туризму

Матеріальна та нематеріальна культурна спадщина; об'єкти всесвітньої спадщини ЮНЕСКО в Україні; музеї, заповідники, фестивалі; оцінка туристичної атрактивності; захист культурної спадщини в умовах війни

Тема 5. Особливості формування креативного простору в туристичній індустрії

Креативні хаби, арт-резиденції, коворкінги; арт-об'єкти і вуличне мистецтво у міському просторі; креативні тури та майстер-класи; участь громад у формуванні простору

Тема 6. Креативні індустрії як інноваційна стратегія розвитку туризму

Поняття та види креативних індустрій; креативна економіка; кіно-, музичний та літературний туризм; ремесла та сувенірна продукція; державна та грантова підтримка

Тема 7. Діджитал-комунікації - креативна стратегія розвитку культурних індустрій

Соцмережі, сторітелінг, інфлюенс-маркетинг; віртуальні музеї і 3D-тури; AR/VR та цифрові маршрути; цифрове збереження спадщини

Тема 8. Моделі креативного лідерства в культурному туризмі

Креативне лідерство та команди; управління культурними проєктами та подіями; партнерство влади, бізнесу та громад; фандрайзинг і гранти

8. Опис ІЗ/КПІЗ

Не передбачено

9. Самостійна робота

№	Назва теми	Зміст завдань для самостійної роботи	Денна, год	Заочна, год	Форма контролю
	Змістовий модуль 1. Базові засади культурного туризму				
1	Культурний туризм як соціокультурний феномен	1) Скласти глосарій понять культурного туризму. 2) Написати есе «Культурний туризм і збереження національної ідентичності».	11	17	Глосарій, есе
2	Культурний бренд туристичної України	1) Проаналізувати комунікації Visit Ukraine та одного регіонального бренду. 2) Запропонувати концепцію культурного бренду свого міста.	11	17	Презентація
3	Культурні кластери і міська креативність	Підготувати кейс одного креативного міста ЮНЕСКО або українського креативного кластера з оцінкою туристичного ефекту.	11	19	Кейс
4	Ресурсна база культурного туризму	1) Скласти каталог об'єктів культурної спадщини Волині з оцінкою атрактивності. 2) Описати об'єкти спадщини ЮНЕСКО в Україні.	12	18	Каталог, модульний тест
	Разом за ЗМ 1		**45**	**71**	
	Змістовий модуль 2. Креативне середовище як елемент розвитку туристичного сектору				
5	Формування креативного простору	Дослідити креативні простори міста (хаби, арт-об'єкти, мурали) та скласти карту для туристів.	11	17	Карта
6	Креативні індустрії в туризмі	1) Підготувати огляд прикладів кіно-, музичного чи літературного туризму. 2) Огляд грантових програм Українського культурного фонду та «Креативної Європи».	11	17	Огляд, презентація

7	Діджитал-комунікації	Розробити контент-план і сторітелінг-сценарій для просування культурної події чи музею.	12	16	Контент-план
8	Креативне лідерство	Проаналізувати досвід українського культурного менеджера чи організатора фестивалю (інтерв'ю або кейс).	11	17	Кейс, тест
	Разом за ЗМ 2		**45**	**67**	
	Усього		**90**	**138**	

10. Загальні вимоги

Освітній процес регулюється академічними правилами ЛНТУ. Здобувачі освіти зобов’язані ознайомитися з вимогами, визначеними Кодексом академічної доброчесності ЛНТУ та Політикою етичного використання штучного інтелекту в ЛНТУ, і дотримуватися принципів академічної доброчесності та етичного використання штучного інтелекту в освітній діяльності.

Академічна доброчесність. Учасники освітнього процесу зобов’язані дотримуватися Закону України «Про академічну доброчесність» від 18.12.2025 № 4742-IX та внутрішніх нормативних документів ЛНТУ. Не допускаються академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, привласнення авторства, несамостійне виконання завдань, а також недоброчесне використання результатів, згенерованих штучним інтелектом.

Використання штучного інтелекту. Інструменти штучного інтелекту можуть використовуватися для пошуку ідей, пояснення методів, попереднього структурування, мовного редагування та допоміжного аналізу неконфіденційних даних, якщо конкретне завдання не передбачає повністю самостійного виконання. Здобувач освіти має зазначати використаний інструмент, мету та етап його застосування, перевіряти факти й розрахунки та самостійно обґрунтовувати висновки.

11. Література

ІІ. Наукові праці

Праці автора силабуса:

1. Зубехіна, Т. В., Матвійчук, Л. Ю., Дащук, Ю. Є. Інтеграція культурного туризму в систему сталого розвитку заповідних територій. Вісник Академії праці, соціальних відносин і туризму. Серія: Економіка, психологія та управління. 2025. № 8. URL: https://repository.lntu.edu.ua/handle/123456789/4215

2. Зубехіна Т. В., Шейко Ю. О., Панова А. С. Комунікації в діяльності суб’єктів індустрії гостинності: сучасні підходи. Управління змінами та інновації. 2025. № 14. С. 19–24. DOI: 10.32782/CMI/2025-14-3. URL: https://repository.lntu.edu.ua/handle/123456789/4395

3. Зубехіна, Т. В., Шейко, Ю. О., Слуцький, А. Ю. Маркетингові трансформації в управлінні інноваційно-екологічним розвитком підприємств туризму та гостинності у повоєнний період. Трансформаційна економіка. 2025. 4 (13). С. 112-118. DOI: https://doi.org/10.32782/2786-8141/2025-13-18.

4. Дащук Ю. Є., Зубехіна Т. В. Кроссекторальні партнерства для промоції культурної спадщини та розвитку туризму: досвід садиби Косачів. Причорноморські економічні студії. 2025. Вип. 91. С. 267–273. DOI: https://doi.org/10.32782/bses.91-43.

5. Zubekhina T., Matviichuk L., Dvorska I. Strategic priorities for the balanced development of cultural tourism entities in the post-war period. Economic Forum. 2025. №15(2). P. 56-66. URL: https://repository.lntu.edu.ua/handle/123456789/4213

6. Matviichuk, L., Chepurda, L., Zubekhina, T. Development of tourist destinations in Ukraine during

the war on the basis of glocalisation. Economic Forum. 2025. Vol. 15, No. 3. P. 8–17. DOI: 10.62763/ef/3.2025.08. URL: https://repository.lntu.edu.ua/handle/123456789/4202

7. Зубехіна Т. В., Дащук Ю. Є. Діагностика стану збалансованого розвитку суб'єктів культурного туризму. Ефективна економіка. 2025. № 3. DOI: https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.3.32

8. Зубехіна Т. В., Шейко Ю. О. Інтеграція концепції безпечного туризму у стратегії сталого розвитку регіонального готельно-ресторанного бізнесу. Соціальний розвиток: економіко-правові проблеми. 2025. Вип. 6. DOI: https://doi.org/10.70651/3083-6018/2025.6.08.

9. Zubekhina T., Matviichuk L., Sheiko Y., Polishchuk V., Panova A. Tools for balanced development of hospitality industry entities in the post-war period. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice. 2025. 5(64). P. 574-584. URL: https://repository.lntu.edu.ua/handle/123456789/4208

10. Матвійчук Л.Ю., Зубехіна Т.В., Дащук Ю.Є. Інституційно-фінансовий механізм розвитку гастрономічної спадщини в індустрії гостинності регіонів. Економічні науки. Серія «Регіональна економіка». Вип. 22(87). С. 313-320. URL: https://repository.lntu.edu.ua/handle/123456789/4203

11. Зубехіна Т.В., Шейко Ю.О., Панова А.С. Інноваційно-інклюзивні практики в маркетингу підприємств туризму та готельно-ресторанного бізнесу. Інклюзивна економіка. 2025. № 3 (09). URL: DOI: https://doi.org/10.32782/inclusive_economics.9-19 .

12. Зубехіна Т. В., Літовка-Деменіна С. Г., Земліна Ю. В., Поліщук В. Л., Дуб І. М. Туристичний, готельний і ресторанний бізнес: інновації та тренди. «Наукові інновації та передові технології». Серія «Економіка». № 8(36) 2024. С. 821-834 DOI: https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-8(36)-821-834

13. Dashchuk Y., Matviichuk L., Zubekhina T. Glamping as a tool for sustainable tourism development of protected areas: Ukraine’s experience. Sport i Turystyka. Środkowoeuropejskie Czasopismo Naukowe. 2024. Vol. 7. Issue 3. Pp. 113-132. URL: https://repository.lntu.edu.ua/handle/123456789/5323

Праці інших авторів:

14. Папп, В., Котубей, В., & Грицько, В. (2022). Культурний туризм як багатогранний феномен національної самоідентифікації. Економічний форум, 1(4), 48-57. https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2022-4-6.

15. Химинець В.В., Цімболинець Г.І. (2020). Історико-культурна спадщина як чинник стимулювання економічного розвитку регіону. Регіональна економіка . No3. С.57-64.

ІІІ. Інформаційні ресурси

16. UNESCO World Heritage Centre: https://whc.unesco.org

17. UNESCO Creative Cities Network: https://www.unesco.org/en/creative-cities

18. Український культурний фонд: https://ucf.in.ua

19. Український інститут: https://ui.org.ua

20. Державне агентство розвитку туризму України: https://www.tourism.gov.ua

21. Visit Ukraine: https://visitukraine.today

22. UN Tourism: https://www.untourism.int