

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
ФАКУЛЬТЕТ ЗЕМЛЕВПОРЯДКУВАННЯ ТА ТУРИЗМУ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ**



СИЛАБУС

навчальної дисципліни

УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ДЕСТИНАЦІЯМИ

2022-2023 н.р.

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ:

Рівень вищої освіти – Другий (магістерський) рівень

Ступінь вищої освіти – магістр

Галузь знань – 24 Сфера обслуговування

Спеціальність – 242 Туризм

Освітньо-професійна програма – Туризм

Кількість кредитів – 4

Рік підготовки – 1, семестр – 1

Компонент освітньо-професійної програми – обов'язковий, професійний.

Підсумковий контроль – екзамен.

Дні занять – відповідно до розкладу занять у ЛНУП.

Консультації – офлайн і онлайн відповідно до графіка консультацій кафедри.

Мова викладання – українська.

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА:



Бугіль Світлана Ярославівна, доцент кафедри туризму, кандидат економічних наук, доцент

Контактна інформація:

Адреса: 80381, вул. Студентська, 2,
м. Дубляни, Львівський район, Львівська область,
кім. 44з.

e-mail: bugilsy@lnup.edu.ua

телефони: робочий +38 (032) 224-29-79;
мобільний +38-097-49-42-920.

Викладач з 20-річним досвідом, автор та співавтор понад 175 публікацій, з них 105 наукових та 70 навчально-методичного характеру. Є співавтором 14 наукових монографій (6 опубліковані за кордоном), 14 навчальних посібників (п'ять з грифом МОН України).

Читає курси: Маркетинг у туризмі, Бізнес-планування туристичних підприємств, Міжнародний туризм, Туристичний брендинг.

Наукові інтереси: аналіз тенденцій, проблем та прогнозування розвитку туристичних дестинацій; кластерний розвиток у туризмі, маркетинг на ринку туристичних послуг; оцінювання ризиків та можливостей розвитку сільського зеленого туризму як інноваційного ресурсу розвитку громад.

Анотація курсу. Освоєння освітнього компонента “Управління туристичними дестинаціями” дозволить здобувачам вищої освіти: **засвоїти концептуальні засади управління туристичними дестинаціями; отримати практичні вміння і навички з оцінювання конкурентоспроможності та привабливості туристичних дестинацій; розвинути наукове мислення щодо розробки стратегічних і маркетингових планів розвитку туристських дестинацій та окремих аспектів їх діяльності; навчитись використовувати різноманітне програмне забезпечення та інші цифрові продукти діджиталізації процесів розвитку туристичних дестинацій.**

Предметом вивчення навчальної дисципліни є процеси і механізми управління туристичними дестинаціями.

Мета курсу – формування у майбутніх фахівців з туризму наукового світогляду та спеціальних знань з теорії, методології й практики управління туристичними дестинаціями різного масштабу на засадах сталого розвитку.

Завдання курсу – засвоїти основи формування дестинацій, принципи, функції та механізми управління ними; вивчити основні аспекти забезпечення конкурентоспроможності туристичних дестинацій різних рівнів в умовах забезпечення їх сталого розвитку; набути практичних вмінь і навичок використання інструментів маркетингу в діяльності туристичної дестинації; вивчити і використовувати кращі вітчизняні та світові практики формування та

управління розвитком туристичних дестинацій; набути м'яких, універсальних навичок “soft skills”, які допомагають досягти успіху в професії, передбачають високі комунікаційні здібності та самоорганізацію, вміння вирішувати нестандартні завдання та передбачати конфлікти; забезпечити зацікавленість студентів в активній навчальній та науково-дослідній роботі.

Формат курсу – проведення лекцій і практичних занять та консультацій для кращого розуміння тем, виконання самостійної роботи, проведення наукових досліджень та опублікування їх результатів (написання статей, тез конференцій, доповідей круглих столів і семінарів). В процесі навчання студентів проводяться різні види лекцій, зокрема: тематичні лекції, лекції-дискусії, проблемні лекції, лекції-прес-конференції із запрошенням практичних спеціалістів зі сфери туризму, які супроводжуються наочними засобами ілюстрування та демонстрування. Семінарські заняття студентів проводяться у вигляді семінарів-диспутів, семінарів з виступами студентів, семінарів-практикумів. Використовуються також ігрові методи інтерактивного навчання (дидактичні, ділові, рольові організаційно-діяльнісні ігри). На практичних заняттях застосовуються такі методи навчання як дослідження, самостійна робота, розв'язування контрольних завдань, розбір ситуацій із практики та ін. В карантинних умовах COVID-19 та воєнного стану в Україні допускається проведення лекцій і практичних занять у дистанційній формі з використанням платформ: Moodle, Microsoft Teams, Zoom, Google Hangout Meet, Skype, Viber.

Навчальний контент

№	Теми	Результати навчання
1.	Туристична дестинація як елемент системи туризму	<p><i>знати:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> –сучасні наукові підходи до вивчення та визначення поняття “туристична дестинація”; –типологію та життєвий цикл дестинацій; –сутність та класифікацію туристичних ресурсів дестинації; –методи визначення та оцінки потенціалу туристичної дестинації; –нормативно-правове забезпечення функціонування туристичних дестинацій в Україні; –концептуальні засади управління туристичними дестинаціями; –особливості діяльності організацій з управління туристичними дестинаціями національного, регіонального та місцевого рівнів; –структуру й особливості дії механізмів міжгалузевої взаємодії та державно-приватного партнерства в управлінні туристськими дестинаціями; –особливості управління системою маркетингу дестинації; –механізм формування системи стратегічного управління сталим розвитком туристичних дестинацій;
2.	Туристичні ресурси як формоутворюючий елемент туристичних дестинацій	
3.	Управління туристичними дестинаціями	
4.	Стратегічне планування розвитку туристичних дестинацій	
5.	Конкурентоспроможність туристичних дестинацій	
6.	Управління маркетингом туристичних дестинацій	

7.	Управління сталим розвитком туристичної дестинації	<p style="text-align: center;"><i>вміти:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> –збирати інформаційну базу даних стосовно функціонування туристської дестинації та аналізувати результати її діяльності; –аналізувати та відбирати території в якості потенційної дестинації; –оцінювати конкурентоспроможність та привабливість туристичних дестинацій; –організовувати ефективну конкурентоспроможну інноваційну діяльність туристичної дестинації; –розробляти стратегічні та маркетингові плани розвитку туристських дестинацій та окремих аспектів їх діяльності; –формувати систему маркетингу туристичної дестинації на міжнародному та внутрішньому туристичних ринках; –управляти системою просування дестинації на основі комплексу маркетингових комунікацій і принципів управління брендом; –управляти конфліктами туристичної дестинації; –використовувати різноманітне програмне забезпечення та інші цифрові продукти діджиталізації процесів розвитку туристичних дестинацій.
8.	Управління конфліктами туристичної дестинації	
9.	Діджиталізація процесів управління розвитком туристичних дестинацій	

Формування компетентностей

Інтегральна компетентність:

ІК. Здатність розв'язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері туризму і рекреації.

Загальні компетентності:

ЗК1. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.

ЗК2. Здатність вести професійну діяльність у міжнародному та вітчизняному середовищі.

ЗК5. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК7. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

Спеціальні компетентності:

СК3. Здатність до управління туристичним процесом у публічному секторі, в туристичній дестинації, туристичному підприємстві на різних ієрархічних рівнях.

СК4. Здатність організовувати діяльність та співпрацю суб'єктів регіонального, національного та міжнародного туристичних ринків на засадах сталого розвитку з урахуванням світового досвіду.

СК6. Здатність до аналізу, прогнозування, планування бізнес-процесів та геопросторового планування у сфері туризму та рекреації.

СК7. Здатність розробляти та впроваджувати інновації в діяльності суб'єктів туристичного ринку.

Програмні результати навчання:

РН4. Проводити аналіз геопросторової організації туристичного процесу, проектувати його стратегічний розвиток на засадах сталості.

РН5. Здійснювати комплексний аналіз і оцінювання функціонування туристичного ринку різних ієрархічних рівнів, прогнозувати тенденції його розвитку.

РН6. Аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку.

РН7. Організовувати співпрацю зі стейкхолдерами, формувати механізми взаємодії суб'єктів туристичного ринку з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.

РН8. Управляти процесами в суб'єктах індустрії туризму та рекреації на різних ієрархічних рівнях, які є складними, непередбачуваними і потребують нових стратегічних підходів.

РН10. Приймати ефективні рішення у сфері туризму та рекреації щодо розв'язання широкого кола проблем, зокрема безпеки і якості туристичного обслуговування.

РН11. Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово для обговорення професійних проблем, презентації результатів досліджень та проєктів у сфері туризму і рекреації.

РН12. Аналізувати, формулювати і реалізовувати національну та регіональну туристичну політику, вдосконалювати механізми управління туристичними дестинаціями на національному, регіональному та локальному рівнях.

Перелік універсальних, “м'яких” навичок (soft skills)

Комунікативні навички – це все, що допомагає людині налагодити зв'язок із колективом, співробітниками чи партнерами. Сюди належить вміння коректно спілкуватися, висловлювати думку, презентувати себе та свою роботу, вести переговори.

Критичне мислення – навички критичного мислення дають змогу не потонути в інформаційній лавині, не піддатися різного роду маніпуляціям, допомагають приймати зважені рішення, ефективно їх вирішувати та відстоювати їх. Критичне мислення допомагає в пошуку нових шляхів розв'язання проблем.

Емоційний інтелект – це вміння дати раду своїм і чужим емоціям: точно зрозуміти, оцінити і виразити їх.

Робота у команді – вміння завжди залишатися конструктивним, дискутувати, але не доводити до руйнівного конфлікту, разом шукати сильні рішення, проявляти повагу до інших і викликати повагу до себе.

Конфлікт-менеджмент – для управлінця будь-якого рівня вміння ефективно вирішувати і попереджати виробничі та трудові конфлікти є професійною компетенцією, а в передових компаніях та установах вміння будувати конструктивний конфлікт фігурує серед основних корпоративних цінностей.

Управління інформацією – вміння збирати, аналізувати й оцінювати нову інформацію, задавати потрібні питання; орієнтуватися у широкому інформаційному полі сучасного світу.

Система оцінювання та вимоги

Підсумкова оцінка з освітнього компонента “Управління туристичними дестинаціями” виставляється за 100- бальною шкалою з наступним переведенням у національну шкалу та шкалу ECTS відповідно до **Положення про критерії оцінювання знань та вмінь студентів Львівського національного аграрного**

університету:

<http://lnau.edu.ua/lnau/index.php/uk/navchchas/zagalpolog.html>.

Бали

нараховуються за виконання завдань аудиторної роботи, практичних робіт, тестів, індивідуальних завдань, самостійної роботи. Перевірка знань здобувачів проводиться на основі усного опитування, письмового контролю, тестового контролю, практичної перевірки.

Оцінювання результатів навчання здобувачів освіти за темами курсу

Види оцінювання	Кількість балів
Тема 1. Туристична дестинація як елемент системи туризму	5
Тема 2. Туристичні ресурси як формоутворюючий елемент туристичних дестинацій	5
Тема 3. Управління туристичними дестинаціями	5
Тема 4. Стратегічне планування розвитку туристичних дестинацій	5
Тема 5. Конкурентоспроможність туристичних дестинацій	5
Тема 6. Управління маркетингом туристичних дестинацій	10
Тема 7. Управління сталим розвитком туристичної дестинації	5
Тема 8. Управління конфліктами туристичної дестинації	5
Тема 9. Діджиталізація процесів управління розвитком туристичних дестинацій	5
Екзамен	50
Разом	100

АКАДЕМІЧНА ПОЛІТИКА КУРСУ

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. Усі види робіт з навчальної дисципліни необхідно виконати і захистити у вказані терміни. Організація та проведення навчального процесу в університеті регулюється **Положенням про організацію освітнього процесу у Львівському національному університеті природокористування:** <http://lnau.edu.ua/lnau/index.php/uk/navchchas/zagalpolog.html>

Здобувачі, які пропустили заняття з поважної причини, відпрацьовують їх у додатковий час згідно графіка консультацій викладача. Роботи, які здаються і захищаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (80% від можливої максимальної кількості балів). Перескладання проміжних модулів відбувається за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний). Процедура відпрацювання пропущених занять регулюється **Положенням про порядок відпрацювання студентами Львівського національного університету природокористування пропущених лекційних, практичних, лабораторних та семінарських занять:** <http://lnau.edu.ua/lnau/index.php/uk/navchchas/zagalpolog.html>

Жодні форми порушення академічної доброчесності не допускаються. Здобувачам варто бути толерантними, поважати чужу думку. Заперечення необхідно формулювати в коректній формі. Не допускаються підказування і списування під час здачі самостійних робіт і проміжного контролю, копіювання вирішених завдань іншими особами. Мобільні пристрої під час проведення аудиторних занять дозволяється використовувати лише з дозволу викладача. Політика щодо академічної доброчесності побудована на основі **Положення про академічну доброчесність у Львівському національному університеті природокористування:** <http://lnau.edu.ua/lnau/index.php/uk/navchchas/zagalpolog.html>

Плагіат та інші форми нечесної роботи неприпустимі. В університеті діє чітка процедура антиплагіатної перевірки, що регулюється **Положенням про систему виявлення та запобігання академічному плагіату у Львівському національному університеті природокористування за допомогою антиплагіатної інтернет системи (програмно-обчислювального комплексу) StrikePlagiarism:** <http://lnau.edu.ua/lnau/index.php/uk/navchchas/zagalpolog.html>

Через пандемію коронавірусу та військовий стан в Україні, навчання в університеті також проводиться дистанційно з використанням різноманітних онлайн платформ, зокрема: Moodle, Microsoft Teams, Zoom, Google Hangout Meet, Skype, Viber. **Тимчасовим положенням про організацію освітнього процесу в умовах пандемії, зумовленої COVID-19 у Львівському національному університеті природокористування:** <http://lnau.edu.ua/lnau/index.php/uk/navchchas/zagalpolog.html>

Здобувачі освіти, які отримали незадовільну підсумкову оцінку з навчальної дисципліни мають право на перескладання у встановлені терміни. Повторне складання екзаменів допускається не більше двох разів із кожної дисципліни: один раз викладачу, другий комісії, яку створює декан факультету. Процедура повторного проходження контрольних заходів регулюється **Положенням про організацію освітнього процесу у Львівському національному університеті природокористування:** <http://lnau.edu.ua/lnau/index.php/uk/inform/ystanovdok.html>

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Базова

1. Закон України “Про туризм” від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Закон України “Про ліцензування певних видів господарської діяльності”. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>
3. Наказ № 330 “Про затвердження Положення про рекреаційну діяльність у межах територій та об’єктів природно-заповідного фонду України”. *Новости турбізнеса*. 2009. №15 (137). С. 39-41.
4. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>
5. Балабанова Л. В., Холод В. В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: навчальний посібник. Київ: ВД “Професіонал”, 2006. 448 с.
6. Бугіль С. Я. Маркетинг: основи теорії і практики: навч. посіб. / колектив авторів [За заг. ред. В.В. Липчука]. 2-ге вид. стереотипне, Львів: Видавництво “Магнолія-плюс”, 2016. 456 с.
7. Бугіль С.Я. Управління туристичними дестинаціями. Методичні рекомендації для виконання практичних занять здобувачами вищої освіти спеціальності 242 “Туризм” РВО “Магістр”. Вид. центр ЛНУП. 2022. 26 с.
8. Бугіль С. Я. Формування маркетингового потенціалу території як фактор її соціально-економічного розвитку. *Economics, management and administration in the coordinates of sustainable development: Scientific monograph*. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2021. 716 p., P. 147-161.
9. Буднікевич І. Муніципальний маркетинг: теорія, методологія, практика. ІРД НАН України. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2012. 645 с.
10. Гаврилюк С. П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу: навч. посібник. К.: Київ. Національний торговий економічний університет, 2006. 180 с.
11. Дудяк Р. П., Бугіль С. Я., Ступень Р. М. Маркетинг у туризмі: навч. посіб. Львів : “Галицька видавнича спілка”, 2021. 360 с.
12. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями : підручник. Вінниця: “ПП “ТД Едельвейс і К””, 2017. 322 с. URL: http://tourlib.net/books_ukr/korzsh.htm
13. Мазаракі А. А., Ткаченко Т. І., Мельниченко С. В. та ін. Туристичні дестинації (теорія, управління, брендинг) : монографія. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 388 с.
14. Маркетинг для магістрів: навч. посіб. / за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. Суми: ВТД “Університетська книга”, 2007. 928 с.
15. Решетілова Т. Б., Довгань С. М. Маркетингові дослідження: підручник. Електрон.текст.дані. Дніпропетровськ: НГУ, 2015. 357 с. URL: <http://nmu.org.ua>
16. Штефаніч Д. А., Братко О. С., Дячун О. Д., Окрепкий Р. Б. Маркетинговий аналіз: навчальний посібник. Тернопіль: Економічна думка ТНЕУ, 2012. 296 с.

Допоміжна

1. Балабанова Л. В. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: навч. посіб. 2-ге вид., випр. і доп. К.: Знання, 2005. 301 с.
2. Барібіна Я. Роль інформаційно-комунікаційної складової в управлінні туристичною дестинацією. Економічний аналіз. 2020. Том 30. № 1. Частина 1. С. 15-21.
3. Біль М. М. Регіональна маркетингова політика у галузі туризму : монографія. Львів. ін-т економіки і туризму. Львів : Растр-7, 2017. 233 с.
4. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: монографія. Львів: ІРД НАН України, 2006. 288 с.
5. Божук Т. І. Рекреаційно-туристична дестинація для потреб історико-культурного пізнання. *Наук. зап. Терноп. держ. пед. унту ім. В. Гнатюка: Географія*. 2012. 2 (Вип. 32). С. 70-74.
6. Божук Т. І. Рекреаційно-туристичні дестинації: теорія, методологія, практика : автореф. дис. ... д-ра геогр. Наук : 11.00.11. Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. Львів, 2014. 40 с.
7. Брич В. Я. Стратегічні вектори розвитку туристичних дестинацій Тернопільщини: монографія. Тернопіль: Осадца Ю. В., 2017. 164 с.
8. Бугіль С., Балюк Н. Використання маркетингових інновацій у розвитку туристичної індустрії України. *Індустрія туризму і сфера гостинності в Україні та світі: сучасний стан, проблеми й перспективи розвитку: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції*, м. Луцьк, 29 листопада 2021 року.
9. Бугіль С. Я. Інноваційні маркетингові підходи розвитку туристичних дестинацій. *II Міжнародна науково-практична конференція Присвячена 60-річчю Хмельницького національного університету “Домінанти розвитку HR-інжинірингу, економіки і бізнесу у XXI столітті в умовах перманентної трансформації національної і світової економік”*, м. Хмельницький, 17-18 листопада 2022 року.
10. Бугіль С. Я., Дудяк Р. П., Березівська О. Й. Маркетингова цінова політика на ринку туристичних послуг. *Вісник ЛНАУ: Економіка АПК*. 2018. № 25. С. 149-155.
11. Бугіль С. Я. Міжнародний досвід імплементації сільського зеленого туризму в структуру національної економіки. *II Міжнародна науково-практична конференція “Проблеми та перспективи впровадження європейського досвіду диверсифікації сільського туризму в Україні на засадах креативності та збалансованості”*, яка проводиться під егідою програми ЄС Еразмус+, напрям ім. Жана Моне, м. Запоріжжя, 13-14 жовтня 2022 року.
12. Бугіль С. Я. Розвиток транскордонного співробітництва України у сфері сільського зеленого туризму в межах європейської політики добросусідства: *матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Європейська інтеграція та транскордонне співробітництво»*, м. Луцьк, 14 жовтня 2022 р.
13. Бугіль С. Я. Роль маркетингових комунікацій у розвитку туризму та підвищенні конкурентоспроможності туристичних підприємств. *Гостинність*,

сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації: матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 14-15 квітня 2022 р.

14. Бугіль С. Я. Роль сільського зеленого туризму у розвитку об'єднаних територіальних громад: *матеріали Міжнародного науково-практичного форуму “Теорія і практика розвитку агропромислового комплексу та сільських територій”*, м. Львів, 4-6 жовтня 2022 року: Львівський національний університет природокористування, 2022.

15. Буднікевич І. М., Баранюк Д. С., Крупенна І. А. Загрози та можливості розвитку туристичних дестинацій у сучасних умовах: маркетинговий аспект. *Вісник Хмельницького національного університету* 2020, № 5. с. 42-48.

16. Головчан А. І. Дослідження ефективності сучасної системи туристичних дестинацій в Україні. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Економічна.* 2010. № 911. С. 188-194.

17. Головчан А. І. Методика оцінки ефективності функціонування туристичних дестинацій в Україні. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки.* 2010. Вип. 4. С. 131-137.

18. Головчан А. І. Теоретико-методичні підходи до оптимізації розвитку туризму в дестинаціях. *Вісник ДІТБ.* 2011. № 15. С. 139-145.

19. Головчан А. І. Теоретико-методологічні підходи до визначення сутності туристичних дестинацій та управління ними. *Торгівля і ринок України: темат. зб. наук. пр. Донецьк: ДонНУЕТ, 2009.* Вип. 27. С. 104–105.

20. Дибчук Л. В. Маркетингове управління діяльністю вітчизняних суб'єктів господарювання на ринку туристичних послуг України. *Вісник Хмельницького національного університету.* 2021. № 5, Том 1. С. 252-257.

21. Дудкін П. Д., Дудкіна П. Д. Логістична та інфраструктурна складові дестинацій в індустрії гостинності. *Соціально-економічні проблеми і держава.* 2020. Вип. 1 (22). URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/>

22. Дупляк Т. П., Жученко В. Г., Забалдіна Ю. Б. Методологічні підходи до стратегічного планування розвитку туристичної дестинації. *Ефективна економіка.* URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6735>

23. Козачук К. Про стратегію. 10 найкращих статей із журналу Harvard Business Review. Київ : КМ-БУКС, 2019. 288 с.

24. Корж Н. В. Туристична дестинація як фактор стійкого розвитку регіональної економіки. *ІІІ Міжнар. наук.-практ. конференція “Сучасні проблеми менеджменту”*, (м. Київ, 21-22 травня 2013 р.). Київ : НАУ, 2013. С.51-52.

25. Корюгін А. В. Маркетингові інструменти туристичної індустрії: досвід ЄС. *Інвестиції: практика та досвід.* 2022. № 2. С. 88-94.

26. Кулешова Н. В. Аналіз сучасних методів та моделей формування маркетингової стратегії туристичних підприємств . *Ефективна економіка.* 2011. № 4. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_4_3

27. Леонт'єва Ю.Ю. Оцінка дестинацій в системі міжрегіонального ринку туризму. *Зб. наук. праць Луцьк. нац. техн. ун-ту. Сер. Регіональна економіка.* 2008. Вип. 5 (17). Ч.2. С.237-247.

28. Левицький А. О. Механізм публічного управління розвитком регіональної туристичної дестинації : автореф. дис. ... канд. наук з держ. Упр. : 25.00.02 / Левицький Артур Олексійович ; Нац. акад. держ. упр. При Президентові України, Одес. регіон. ін-т держ. упр. Одеса, 2016. 20 с.
29. Леонт'єва Ю. Ю. Оцінка ресурсів категорії “Атракція” регіональних дестинацій України. *Економіка і регіон: наук. вісн.* 2009. № 3(22). С.20-26.
30. Лужанська Т. Ю. Стратегії розвитку регіональних туристичних дестинацій. *Науковий вісник Мукачівського державного університету.* 2014. Вип. 2 (2). С. 175-180.
31. Любіцева О. О., Третьяков О. В. Типізація дестинацій. *Географія та туризм: зб. наук. пр.* К., 2012. Вип. 17. С. 3-9.
32. Мазаракі А. А., Ткаченко Т. І., Мельниченко С. В. та ін. Туристичні дестинації (теорія, управління, брендинг) : монографія. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 388 с.
33. Ніколайчук О. Політика туристичного брендингу для просування національного туристичного продукту: досвід країн центрально східної Європи. *Галицький економічний вісник.* 2020. № 2 (63). С. 64-77.
34. Пчелянська Г. О., Головчук Ю. О., Дибчук Л. В. Стратегічні напрями маркетингової діяльності бізнесу в умовах транспарентності середовища. *Економіка та держава.* 2021. № 3. С. 88–93.
35. Ткаченко Т. І., Мельниченко С. В., Бойко М. Г. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія / за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 596 с.
36. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. – 2-ге вид., випр. та доповн. К.: КНТЕУ, 2009. 463 с.
37. Трохимець О. І. Практика стратегічного планування в системі управління розвитком туризму в Україні. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво.* 2018. № 4 (103). С. 70-78.
38. Трухачова К. В. Теоретичні аспекти управлінських утопій у рекламній діяльності туристичного підприємства. *Вісник Херсонського національного технічного університету.* 2019. № 4. С. 173-180.
39. Fifield P., Gilligan C. *Strategic Marketing Management. Planning and Control, Analysis and Decisions.* Englewood Cliffs, Prentice Hall, 1995.
40. Kaspar, C. *Das Schweizerische Tourismuskonzept.* Bern, 1979.
41. Kotler P., Armstrong G. *Principles of marketing.* Englewood Cliffs, Prentice Hall, New York, 1989.
42. Kotler, P. *Marketing places.* New York: Free press, 1993. 367 p.
43. Levitt Theodore. *The Globalization of Markets // Harvard Business Review.* 1983. 61 (3). С. 92-102.
44. Male or McDonald. *Marketing Plans: How to prepare them, how to use them — England, CIM,* 1995.
45. Snepenger, D., Snepenger M., Dalbey M., Wessol A. *Meanings and Consumption Characteristics or Places at a Tourism Destination. Journal of Travel Research,* 2007, no. 45 (3), pp. 310–321.

46. Strategic Tourism Marketing Workbook. Tourism Destination Management and Marketing Program, Washington, DC: The George Washington University, 2011
47. Walker O. C., Boyd H. W., Larreche J. C. Marketing Strategy. Planning and implementation. USA, 1996.

Періодичні видання:

1. Вісник ЛНУП: Економіка АПК.
2. Галицький економічний вісник.
3. Економічний часопис-XXI (Economic Annals-XXI).
4. Економічні інновації.
5. Європейський вектор економічного розвитку.
6. Журнал “Аграрна економіка”.
7. Журнал європейської економіки.
8. Журнал “Карпати. Туризм. Відпочинок”.
9. Журнал “Маркетинг в Україні”.
10. Журнал “Маркетинг і цифрові технології”.
11. Журнал “Міжнародний туризм”.
12. Журнал “Стратегії”.
13. Журнал “Український туризм”.
14. Журнал “Туризм сільський зелений”.
15. Інноваційна економіка.
16. Інтелект XXI.
17. Молодий вчений.
18. Наука молода.
19. Український соціум.
20. Journal of Sustainable Tourism.
21. Journal of Hospitality and Tourism Research.
22. Tourism, Culture and Communication.

Інтернет-ресурси:

1. Бібліотечно-інформаційні ресурси – книжковий фонд, періодика та фонди на електронних носіях бібліотеки ЛНУП.
2. Електронні інформаційні ресурси мережі інтернет:
 1. Офіційний сайт Президента України. URL: <http://www.president.gov.ua/>
 2. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua/>
 3. Офіційний сайт Урядового порталу. URL: <http://www.kmu.gov.ua/>
 4. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://www.me.gov.ua/>
 5. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
 6. Офіційний сайт Журналу “Урядовий кур'єр”. URL: <http://www.ukurier.gov.ua/>
 7. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>

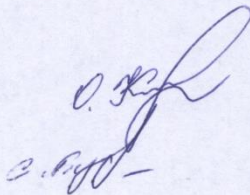
8. Офіційний сайт Львівської національної бібліотеки України ім. В. Стефаника. URL: <http://www.lsl.lviv.ua/>
9. Міжнародний центр перспективних досліджень. URL: <http://icps.com.ua/>
10. Міжнародна організація з маркетингу дестинацій URL: <http://www.destinationmarketing.org/faq>
11. Всесвітній економічний форум. URL: <https://www.weforum.org/>
12. Всесвітня рада з туризму та подорожей. URL: <https://www.wttc.org/>
13. Всесвітня туристична організація. URL: <http://www2.unwto.org/>
14. Європейська туристична комісія. URL: <https://etc-corporate.org/>
15. Туристична асоціація України. URL: <http://www.tau.org.ua/>
16. Українська Асоціація туристичних агенцій. URL: <https://uata.com.ua/>
17. Асоціація лідерів турбізнесу України (АЛТУ). URL: <http://altu.com.ua/Altu/About/>
18. Асоціація ділового туризму України. URL: <http://btaukraine.com>
19. Асоціація індустрії гостинності України. URL: <http://aigu.org.ua/>
20. Громадська організація “Українська асоціація активного та екологічного туризму”. URL: <https://uaeta.org/>
21. Громадська спілка “Асоціація сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму в Україні”. URL: <http://agvt.nuft.edu.ua/pro-nas/zagalna-informatsiya/>
22. Київська туристична асоціація. URL: <http://kta.kyiv.ua/#firstSection>
23. Спілка сільського зеленого туризму України. URL: <https://www.greentour.com.ua/history>
24. Українська асоціація медичного туризму. URL: <https://uamt.com.ua/UA/>
25. Львівська асоціація розвитку туризму. URL: <http://lart.lviv.ua/>
26. Туристична асоціація Івано-Франківщини. URL: <https://taif.org.ua/>
27. Громадська організація “Туристична асоціація Тернопілля”. URL: <https://www.facebook.com/tatterno/>
28. Українські кластери – офіційний портал учасників регіональних кластерів. URL: <http://www.ucluster.org/>
29. Regional Competitiveness of Tourism Cluster: a Conceptual Model Proposal / Online at: <http://mp.ra.ub.uni-muenchen.de>.

Силабус навчального курсу “Управління туристичними дестинаціями” розглянуто та схвалено на засіданні кафедри туризму.

Протокол № 1 від 2 вересня 2022 року.

Завідувач кафедри туризму

Викладач



Оксана КРУПА

Світлана БУГІЛЬ