

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

ПРОГРАМА
навчальної дисципліни

УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ДЕСТИНАЦІЯМИ
(назва навчальної дисципліни)

підготовки РВО Магістр
(назва рівня вищої освіти)

спеціальності 242 Туризм
(шифр і назва спеціальності)

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: к.е.н., доцент Бугіль С.Я.

Обговорено та рекомендовано
до затвердження Вченою радою
факультету землевпорядкування
та туризму,
методичною комісією факультету
Протокол №2 від 06.09.2022 р.

2022 рік

Програма навчальної дисципліни “Управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ” складена для підготовки здобувачів вищої освіти РВО Магістр спеціальності 242 Туризм.

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

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. Мета вивчення навчальної дисципліни – формування у майбутніх фахівців з туризму наукового світогляду та спеціальних знань з теорії, методології й практики управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ різного масштабу на засадах сталого розвитку.

1.2. Основні завдання: засвоїти основи формування DESTИНАЦІЙ, принципи, функції та механізми управління ними; вивчити основні аспекти забезпечення конкурентоспроможності туристичних DESTИНАЦІЙ різних рівнів в умовах забезпечення їх сталого розвитку; набути практичних вмінь і навичок використання інструментів маркетингу в діяльності туристичної DESTИНАЦІЇ; вивчити і використовувати кращі вітчизняні та світові практики формування та управління розвитком туристичних DESTИНАЦІЙ; набути м’яких, універсальних навичок “soft skills”, які допомагають досягти успіху в професії, передбачають високі комунікаційні здібності та самоорганізацію, вміння вирішувати та передбачати конфлікти; забезпечити зацікавленість студентів в активній навчальній та науково-дослідній роботі.

1.3. Вимоги до знань та умінь:

В результаті вивчення дисципліни “Управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ” здобувачі повинні:

знати:

- сучасні наукові підходи до вивчення та визначення поняття “туристична DESTИНАЦІЯ”;
- типологію та життєвий цикл DESTИНАЦІЙ;
- сутність та класифікацію туристичних ресурсів DESTИНАЦІЇ;
- методи визначення та оцінки потенціалу туристичної DESTИНАЦІЇ;
- нормативно-правове забезпечення функціонування туристичних DESTИНАЦІЙ в Україні;
- концептуальні засади управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ;
- особливості діяльності організацій з управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ національного, регіонального та місцевого рівнів;
- структуру й особливості дії механізмів міжгалузевої взаємодії та державно-приватного партнерства в управлінні туристськими DESTИНАЦІЯМИ;
- особливості управління системою маркетингу DESTИНАЦІЇ;
- механізм формування системи стратегічного управління сталим розвитком туристичних DESTИНАЦІЙ;

вміти:

- 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.

1.4. Компетенції набуті за результатами вивчення дисципліни

За результатами вивчення навчальної дисципліни здобувачами вищої освіти спеціальності 242 Туризм будуть набуті загальні та фахові компетенції, а також програмні результати навчання відповідно до освітньої програми підготовки, зокрема:

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 уміння 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.

2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни (анотація)

Тема 1. Туристична дестинація як елемент системи туризму

1. Сутність поняття “туристична дестинація”. Принцип міждисциплінарності в дослідженні туристичних дестинацій.
2. Типологія туристичних дестинацій.
3. Життєвий цикл туристичних дестинацій.

Тема 2. Туристичні ресурси як формоутворюючий елемент туристичних дестинацій

1. Сутність і класифікація туристичних ресурсів.
2. Інфраструктура туристичної дестинації.
3. Туристичний потенціал території та підходи до його вивчення.
4. Методика визначення, аналізу та відбору території в якості потенційної дестинації.
 - 4.1. Потенціал провідних туристичних дестинацій України.
 - 4.2. Потенціал провідних туристичних дестинацій Світу.
5. Фінансовий потенціал дестинації.

Тема 3. Управління туристичними дестинаціями

1. Туристична дестинація як об’єкт управління. Принципи управління туристичною дестинацією.
2. Сутність і взаємозв’язок функцій управління туристичною дестинацією.
3. Особливості діяльності організацій з управління туристичними дестинаціями національного, регіонального та місцевого рівнів.
4. Особливості інтеграційний процесів та співпраці в туристичній дестинації. Кластерний підхід в управлінні туристичними дестинаціями.

Тема 4. Стратегічне планування розвитку туристичних дестинацій

1. Роль стратегічного планування у розвитку туристичних дестинацій.
2. Основні етапи стратегічного планування розвитку туристичної дестинації.
3. Практика стратегічного планування туризму в Україні.

4. Туризм у планах місцевого економічного розвитку.

Тема 5. Конкуентоспроможність туристичних destinations

1. Сутність і зміст конкуренції та конкурентних переваг у туризмі.
2. Концептуальні основи конкурентоспроможності туристичних destinations.
3. Методи оцінювання конкурентоспроможності та привабливості туристичних destinations.
4. Напрями підвищення конкурентоспроможності туристичних destinations.

Тема 6. Управління маркетингом туристичних destinations

1. Зміст маркетингу туристичних destinations.
2. Формування маркетингової стратегії туристичних destinations.
3. Формування комплексу маркетингових комунікацій туристичних destinations.
4. Брендинг туристичної destination.

Тема 7. Управління сталим розвитком туристичної destination

1. Сутність і значення сталого туризму.
2. Принципи сталого розвитку туристичної destination.
3. Концепція допустимого навантаження на туристичну destination.

Тема 8. Управління конфліктами туристичної destination

1. Сутність та характерні ознаки конфлікту, моделі конфліктів.
 2. Типи конфліктів в туристичних організаціях.
 3. Сучасні підходи та методи управління конфліктними ситуаціями.
- Основні стратегії поведінки в конфлікті.
4. Дії керівника в процесі розвитку конфлікту.
 5. Методи подолання конфліктів з туристами.

Тема 9. Діджиталізація процесів управління розвитком туристичних destinations

1. Діджиталізація в контексті віртуалізації діяльності туристичних підприємств.
2. Цифрові технології у туристичній діяльності з урахуванням особливостей функціонування та розвитку туристичних destinations.
3. Діджиталізація брендингу туристичних destinations.

Дисципліна вивчається загальним обсягом 4 кредити із загальною кількістю 120 годин, з яких 42 години відводиться на аудиторні заняття (14 год. лекцій і 28 год. практичних занять), 78 год. на самостійну роботу. Передбачається 3 тижневі аудиторні години для денної форми навчання. Курс завершується здачею екзамену.

3. Рекомендована література:

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](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. Буднікевич І. Муніципальний маркетинг: теорія, методологія, практика. ІРД НАН України. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2012. 645 с.
9. Гаврилюк С. П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу: навч. посібник. К.: Київ. Національний торговий економічний університет, 2006. 180 с.
10. Дудяк Р. П., Бугіль С. Я., Ступень Р. М. Маркетинг у туризмі: навч. посіб. Львів : “Галицька видавнича спілка”, 2021. 360 с.
11. 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/korzh.htm
12. 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.
13. Маркетинг для магістрів: навч. посіб. / за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. Суми: ВТД “Університетська книга”, 2007. 928 с.
14. Решетілова Т. Б., Довгань С. М. Маркетингові дослідження: підручник. Електрон.текст.дані. Дніпропетровськ: НГУ, 2015. 357 с. URL: <http://nmu.org.ua>
15. 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. Барибіна 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. ун-ту 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 підходи в практиці маркетингу 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 IX Міжнародної науково-практичної конференції*, м. Київ, 14-15 квітня 2022 р.

14. 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.
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. *III 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 от 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 “Інноваційний маркетинг”.
9. Журнал “Карпати. Туризм. Відпочинок”.
10. Журнал “Маркетинг в Україні”.
11. Журнал “Маркетинг і цифрові технології”.
12. Журнал “Міжнародний туризм”.
13. Журнал “Стратегії”.
14. Журнал “Український туризм”.
15. Журнал “Туризм сільський зелений”.
16. Інноваційна економіка.
17. Інтелект XXI.
18. Молодий вчений.
19. Наука молода.
20. Український соціум.
21. Journal of Sustainable Tourism.
22. Journal of Hospitality and Tourism Research.
23. 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/>
 3. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua/>
 4. Офіційний сайт Урядового порталу. URL: <http://www.kmu.gov.ua/>
 5. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://www.me.gov.ua/>
 6. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
 7. Офіційний сайт Журналу “Урядовий кур'єр”. URL: <http://www.ukurier.gov.ua/>
 8. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
 9. Офіційний сайт Львівської національної бібліотеки України ім. В. Стефаника. URL: <http://www.lsl.lviv.ua/>
 10. Міжнародний центр перспективних досліджень. URL: <http://icps.com.ua/>

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

P
r
o
p
o
s
a
l

/

O
n
l
i
n
e

a
t