

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

Факультет землевпорядкування та туризму

Кафедра туризму

“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Перший проректор
проф. Боярчук В. М.


(підпис)
“12” 09 2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА

НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ДЕСТИНАЦІЯМИ

Рівень вищої освіти **Другий (магістерський) рівень**

Ступінь вищої освіти **Магістр**

Галузь знань **24 Сфера обслуговування**

Спеціальність **242 Туризм**

Львів 2022

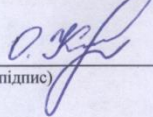
Робоча програма навчальної дисципліни “Управління туристичними
дестинаціями” для підготовки здобувачів вищої освіти за спеціальністю
242 Туризм ступінь вищої освіти Магістр.

Розробник: доцент кафедри туризму, к.е.н., доцент Бугіль С.Я.

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри туризму

Протокол № 1 від 2 вересня 2022 року

Завідувач кафедри туризму



(підпис)

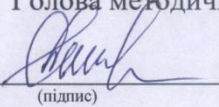
к.е.н., доцент Крупа О.М.

(прізвище та ініціали)

Робочу програму схвалено на засіданні методичної комісії факультету
землепорядкування та туризму

Протокол №2 від 6 вересня 2022 року

Голова методичної комісії факультету землепорядкування та туризму



(підпис)

к.е.н., доцент Стойко Н. Є.

(прізвище та ініціали)

1. Опис навчальної дисципліни

Рівень вищої освіти **Другий (магістерський) рівень**

Ступінь вищої освіти **Магістр**

Галузь знань **24 Сфера обслуговування**

Спеціальність **242 Туризм**

Характеристика навчальної дисципліни: *обов'язкова*

Кількість кредитів – 4

Загальна кількість годин – 120

Вид контролю – екзамен

Тижневих аудиторних годин для денної форми навчання – 3 (1 л, 2 пр.)

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до загальної кількості годин становить (%):

для денної форми навчання – 35,0%

для заочної форми навчання – 16,7%

2. Програма навчальної дисципліни

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. Конкурентоспроможність туристичних дестинацій

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

Тема 6. Управління маркетингом туристичних дестинацій

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

Тема 7. Управління сталим розвитком туристичної дестинації

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

Тема 8. Управління конфліктами туристичної дестинації

1. Сутність та характерні ознаки конфлікту, моделі конфліктів.
2. Сучасні підходи та методи управління конфліктними ситуаціями. Основні стратегії поведінки в конфлікті.
3. Дії керівника в процесі розвитку конфлікту.

Тема 9. Діджиталізація процесів управління розвитком туристичних дестинацій

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

3. 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.

4. Структура навчальної дисципліни

Номер теми	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	пр	лаб.	інд.	с.р.		л	пр	лаб	інд	с.р.
Рік підготовки 1 Семестр 1						Рік підготовки 1 Семестр 1						
Тема 1.	9	2	2	-	-	5	9	1	1	-	-	7
Тема 2.	11	2	4	-	-	5	9	1	1	-	-	7
Тема 3.	12	2	4	-	-	6	11	2	1	-	-	8
Тема 4.	12	2	4	-	-	6	10	1	1	-	-	8
Тема 5.	11	2	4	-	-	5	10	1	1	-	-	8
Тема 6.	11	2	4	-	-	5	12	2	2	-	-	8
Тема 7.	7	-	2	-	-	5	11	1	1	-	-	9
Тема 8.	7	-	2	-	-	5	8	-	1	-	-	7
Тема 9.	10	2	2	-	-	6	10	1	1	-	-	8
Іспит	30	-	-	-	-	30	30	-	-	-	-	30
Усього	120	14	28	-	-	78	120	10	10	-	-	100

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість, годин
1.	Туристична дестинація як елемент системи туризму	2
2.	Туристичні ресурси як формоутворюючий елемент туристичних дестинацій	4
3.	Управління туристичними дестинаціями	4
4.	Стратегічне планування розвитку туристичних дестинацій	4
5.	Конкурентоспроможність туристичних дестинацій	4
6.	Управління маркетингом туристичних дестинацій	4
7.	Управління сталим розвитком туристичної дестинації	2
8.	Управління конфліктами туристичної дестинації	2
9.	Діджиталізація процесів управління розвитком туристичних дестинацій	2
Всього		28

6. Питання, винесені на самостійне вивчення

№з/п	Назва теми і перелік питань
1.	Тема 1. Туристична дестинація як елемент системи туризму 1. Соціокультурні підходи до визначення поняття “дестинація”. 2. Сутність аксіології дестинацій. 3. Сутність стратифікації дестинації. 4. Наведіть приклади дестинацій за видами туризму в Україні. 5. Стадії життєвого циклу дестинацій за С. Плогом.

	6. Сутність моделі еволюції туристичного регіону (Р.В. Батлера), що ґрунтується на продуктових концепціях.
2.	Тема 2. Туристичні ресурси як формоутворюючий елемент туристичних дестинацій 1. Споживчі властивості туристичних ресурсів. 2. Баланс туристичного потенціалу. Наукове і практичне значення оцінювання туристичного потенціалу. 3. Критерії “допустимого туристичного навантаження на дестинацію”.
3.	Тема 3. Сутність управління туристичними дестинаціями 1. Турист як суб’єкт управління туристичною дестинацією. 2. Сутність правил побудови дерева цілей організації. 3. Сутність, завдання регіональних туристичних організацій. 4. Функції організацій з управління туристичними дестинаціями місцевого рівня на прикладі найкращих світових практик. 5. Державно-приватні взаємини з управління туристичною дестинацією. 6. Форми інтеграції на ринку туристичних послуг. 7. Наукові підходи, котрі лежать в основі механізму формування регіональних туристичних кластерів.
4.	Тема 4. Стратегічне планування розвитку туристичних дестинацій 1. Передумови створення стратегічного плану розвитку туристичної дестинації. 2. Місія та візія населеного пункту, їх роль у стратегічному плані. 3. Новітні підходи до моніторингу результатів впровадження стратегічного плану розвитку туристичної дестинації.
5.	Тема 5. Конкурентоспроможність туристичних дестинацій 1. Ієрархічна залежність конкурентоспроможності в туризмі. 2. Аналіз наукових досліджень, пов’язаних з конкурентоспроможністю туристичної дестинації. 3. Сутність концепції конкурентних переваг націй, висунутої М. Портером. 4. Напрями підвищення конкурентоспроможності туристичної дестинації.
6.	Тема 6. Управління маркетингом туристичних дестинацій 1. Місце маркетингу туристичних дестинацій в загальній концепції територіального маркетингу. 2. Сучасні маркетингові інструменти для просування дестинації. 3. Основні характеристики сайтів дестинацій, які забезпечують його маркетингову функцію на туристичному ринку.
7.	Тема 7. Управління сталим розвитком туристичної дестинації 1. Глобальні критерії сталого туризму для дестинацій. 2. Позитивні та негативні наслідки розвитку туризму (економічні, соціальні, екологічні). 3. Міжнародна практика реалізації ідей сталого туризму.

	4. Заходи, які можуть бути використані державою для стимулювання сталого розвитку туризму в Україні.
8.	Тема 8. Управління конфліктами туристичної дестинації 1. Сучасні технології управління конфліктами. 2. Управління конфліктами в системі управління людським потенціалом туристичної дестинації. 3. Управління конфліктами як фактор підвищення конкурентоспроможності туристичної дестинації.
9.	Тема 9. Діджиталізація процесів управління розвитком туристичних дестинацій 1. Місце та роль діджиталізації у виконанні бізнес-процесів туристичної дестинації. 2. Діджиталізація бізнес-процесів як інструмент оптимізації рекреаційно-туристичного потенціалу компанії. 3. Логіко-структурна схема діджиталізації бізнес-процесів туристичної дестинації.

7. Перелік питань на підсумковий контроль

1. Розкрийте сутність географічно-орієнтованого підходу до визначення поняття “дестинація”.
2. Яка структура туристичних дестинацій?
3. Розкрийте властивості дестинації як турпродукту.
4. Дайте найбільш узагальнену типологію туристичних дестинацій. Наведіть приклади дестинацій за видами туризму в Україні.
5. Розкрийте сутність ієрархічної типології дестинацій. Наведіть приклади.
6. Розкрийте стадії життєвого циклу дестинації.
7. Розкрийте поняття туристичної інфраструктури. Які підприємства входять до туристичної інфраструктури?
8. Розкрийте сутність ресурсного підходу до аналізу потенціалу туристичної дестинації.
9. Розкрийте сутність методики визначення, аналізу та відбору території в якості потенційної дестинації.
10. Чим обґрунтовано інтегроване управління туристичною дестинацією? Які завдання стоять перед інтегрованим управлінням?
11. Які принципи визначають ефективність управління туристичними дестинаціями?
12. Розкрийте функції організацій з управління туристичними дестинаціями місцевого рівня на прикладі найкращих світових практик.
13. Розкрийте сутність державно-приватних взаємин з управління туристичною дестинацією.
14. Які основні засади стратегічного управління дестинацією?
15. Назвіть основні етапи стратегічного планування розвитку туристичної дестинації, дайте їх характеристику.
16. Яким чином здійснюється моніторинг та оцінка результатів впровадження стратегічного плану розвитку туристичної дестинації?

17. Розкрийте економічну сутність туристичного кластеру.
18. В чому різниця між туристичною мережею та туристичним кластером?
19. Назвіть критерії відбору дестинації для формування на її території кластерів.
20. Назвіть провідні туристичні дестинації України.
21. Назвіть провідні туристичні дестинації Світу.
22. Що таке фінансовий потенціал дестинації?
23. Охарактеризуйте етапи формування регіонального туристичного кластера.
24. Назвіть принципи формування конкурентного середовища в туризмі.
25. Назвіть види конкурентоспроможності туристичних дестинацій.
26. Яким чином конкурентоспроможність дестинації залежить від життєвого циклу?
27. Дайте визначення поняттю “сталий розвиток туризму”.
28. Які основні принципи сталого розвитку туризму?
29. У чому полягає сутність концепції допустимого навантаження на туристичну дестинацію?
30. Розкрийте сутність територіального маркетингу. Яке місце маркетингу туристичних дестинацій в загальній концепції територіального маркетингу?
31. Етапи просування маркетингу територій.
32. Що таке імідж, бренд, позиціонування? Як ці поняття пов'язані з маркетингом дестинацій?
33. Які існують маркетингові інструменти для просування дестинації? Які з них найбільш ефективні?
34. Розкрийте сутність принципів брендингу територій.
35. Назвіть етапи та особливості формування бренду дестинації.
36. Розкрийте особливості управління конфліктами туристичної дестинації
37. Назвіть програмне забезпечення та інші цифрові продукти діджиталізації процесів розвитку туристичних дестинацій.

8. Методи навчання

1. Словесні методи – лекція, пояснення, бесіда.

2. Наочні методи:

- ілюстрація (діаграми, таблиці, моделі, рисунки, схеми тощо);
- демонстрування матеріалу: мультимедійна презентація.

3. Практичні методи: вправи, практичні роботи, реферати.

9. Методи контролю:

1. Усне опитування (фронтальне, індивідуальне, комбіноване, детальний аналіз відповідей здобувачів).

2. Письмова аудиторна та позааудиторна перевірка (письмові відповіді на питання (контрольна робота, самостійна робота); виконання та оформлення схем, таблиць, діаграм; написання, есе, рефератів; підготовка

презентацій; написання та опублікування статей, тез конференцій, доповідей круглих столів, семінарів).

3. **Практична перевірка** (проведення досліджень; здійснення, складання, налагодження, розробка документації; виконання практичної роботи; аналіз виробничої інформації; рішення професійних завдань; ділові ігри; написання, оформлення та захист звітів виробничої практики і т. д.).

4. **Стандартизований контроль** (тести).

5. **Самоконтроль** (самооцінка студентом якості засвоєного навчального матеріалу з дисципліни в цілому, змістовного модуля чи окремої теми на основі передбачених у робочих програмах або методичних рекомендаціях питань для самоконтролю).

6. **Самооцінка** (передбачає критичне ставлення студента до своїх здібностей і можливостей, об'єктивне оцінювання досягнутих результатів).

Види контролю: Поточний контроль, проміжний модуль, екзамен.

10. Розподіл балів, які отримують здобувачі

Поточне тестування та самостійна робота									Екзаме н	Сума
Модуль 1					Модуль 2					
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	50	100
5	5	5	5	5	10	5	5	5	балів	балів

T1, T2 ... T7 – теми змістових модулів.

Порядок переведення оцінок у систему ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
75-81	C		
64-74	D	задовільно	не зараховано
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно	
0-34	F		

11. Методичне забезпечення

Підручники і навчальні посібники; інструктивно-методичні матеріали до семінарських та практичних занять; індивідуальні навчально-дослідні завдання; контрольні роботи; тести для поточного і підсумкового контролю, методичні матеріали для організації самостійної роботи студентів, виконання індивідуальних завдань.

1. 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.

12. 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 турбизнеса*. 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. Гаврилук 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. [Електронний ресурс]. 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. 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., Мелконян М. С. Підвищення ефективності управління ростом турфірми за допомогою матриці Ансоффа. *Socially competent management of corporations in a behavioral economy: Collection of scientific papers / resp. ed Konstantin Pavlov, Elena Pavlova, Ludmila Shostak, Tatiana Bukoros, Josef Zyatko*, 2021. European institute of further education, Podhájaska, 2021. 245 p., Chapter I., P. 24-25.

12. 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.

13. 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.

14. 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.

15. 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.
16. Головчан А. І. Методика оцінки ефективності функціонування туристичних дестинацій в Україні. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2010. Вип. 4. С. 131-137.
17. Головчан А. І. Теоретико-методичні підходи до оптимізації розвитку туризму в дестинаціях. *Вісник ДІТБ*. 2011. № 15. С. 139-145.
18. 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.*
19. 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.
20. 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/>
21. Дупляк Т. П., Жученко В. Г., Забалдіна Ю. Б. Методологічні підходи до стратегічного планування розвитку туристичної дестинації. *Ефективна економіка*. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6735>
22. Козачук К. Про стратегію. 10 найкращих статей із журналу Harvard Business Review. Київ : КМ-БУКС, 2019. 288 с.
23. 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.
24. Корюгін А. В. Маркетингові інструменти туристичної індустрії: досвід ЄС. *Інвестиції: практика та досвід*. 2022. № 2. С. 88-94.
25. 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
26. 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.
27. 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.
28. Леонт'єва Ю. Ю. Оцінка ресурсів категорії “Атракція” регіональних дестинацій України. *Економіка і регіон: наук. вісн.* 2009. № 3(22). С.20-26.
29. Лужанська Т. Ю. Стратегії розвитку регіональних туристичних дестинацій. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. 2014. Вип. 2 (2). С. 175-180.
30. Любіцева О. О., Третьяков О. В. Типізація дестинацій. *Географія та туризм: зб. наук. пр. К., 2012. Вип. 17. С. 3-9.*

31. 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.
32. Ніколайчук О. Політика туристичного брендингу для просування національного туристичного продукту: досвід країн центрально східної Європи. *Галицький економічний вісник*. 2020. № 2 (63). С. 64-77.
33. 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.
34. 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.
35. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. – 2-ге вид., випр. та доповн. К.: КНТЕУ, 2009. 463 с.
36. 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.
37. Трухачова К. В. Теоретичні аспекти управлінських утопій у рекламній діяльності туристичного підприємства. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2019. № 4. С. 173-180.
38. Fifield P., Gilligan C. Strategic Marketing Management. Planning and Control, Analysis and Decisions. Englewood Cliffs, Prentice Hall, 1995.
39. Kaspar, C. Das Schweizerische Tourismuskonzept. Bern, 1979.
40. Kotler P., Armstrong G. Principles of marketing. Englewood Cliffs, Prentice Hall, New York, 1989.
41. Kotler, P. Marketing places. New York: Free press, 1993. 367 p.
42. Levitt Theodore. The Globalization of Markets // *Harvard Business Review*. 1983. 61 (3). С. 92-102.
43. Male от McDonald. Marketing Plans: How to prepare them, how to use them — England, CIM, 1995.
44. 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.
45. Strategic Tourism Marketing Workbook. Tourism Destination Management and Marketing Program, Washington, DC: The George Washington University, 2011
46. Walker O. C., Boyd H. W., Larreche J. C. Marketing Strategy. Panning 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 ХХІ.
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.](http://mp.ra.ub.uni-muenchen.de)