

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

**СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ**

*Сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 (ISO 9001:2015, IDT)*

**Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Постанова вченої ради

19.06.2023

протокол № 08, п. 8

**ВВЕДЕНО В ДІЮ**

Наказ від 19.06.2023 № 82

**УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ДЕСТИНАЦІЯМИ /  
TOURIST DESTINATIONS MANAGEMENT**

**РОБОЧА ПРОГРАМА**

|                      |                                  |                                |
|----------------------|----------------------------------|--------------------------------|
| ступінь вищої освіти | «магістр» /                      | «master»                       |
| галузь знань         | 24 «Сфера обслуговування» /      | «Services»                     |
| спеціальність        | 242 «Туризм і рекреація» /       | «Tourism and Recreation»       |
| освітня програма     | Міжнародний туристичний бізнес / | International Tourism Business |

**Розробник:** Корж Наталія, доктор економічних наук, професор.

**Гарант освітньої програми «Міжнародний туристичний бізнес»** - Чорна Наталія, доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

Обговорено та схвалено на засіданні кафедри туризму та готельно-ресторанної справи від 12.06.2023 р., пр. № 15; на засіданні вченої ради факультету торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування від 12.06.2023 р., пр. № 06.

**Рецензенти:** Кізюн Алла, кандидат географічних наук, доцент.  
Вешелені Олександр, директор Департаменту маркетингу міста та туризму Вінницької міської ради.

Редактор: Фатєєва Т.  
Комп'ютерна верстка: Шуляк Н.

Підп. до друку 04.07.2023 р. Формат 60x84/16. Папір офсетний  
Друк ксероксний. Ум. друк. арк. 1,22.  
Обл.-вид. арк. 1,00. Тираж 2. Зам. № 369.

---

Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ  
21000, м. Вінниця, вул. Хмельницьке шосе, 25

## 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

**Мета навчальної дисципліни** – сформувати у здобувачів вищої освіти розуміння цілей, інструментів, напрямів стратегічного управління туристичними дестинаціями, вміння здійснювати процес стратегічного планування туристичного розвитку територій на засадах сталості з урахуванням інноваційних тенденцій розвитку світового туризму.

**Результати вивчення навчальної дисципліни, її місце в освітньому процесі.** Передбачається, що в результаті вивчення навчальної дисципліни «Управління туристичними дестинаціями» у здобувачів вищої освіти будуть сформовані наступні компетентності:

- **інтегральна компетентність:** 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.

ЗК4. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

ЗК5. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

- **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.

СК5. Здатність оперувати інструментами збору, обробки інформації, аналізувати та управляти туристичною інформацією.

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.

СК8. *Здатність до просування туристичного продукту (дестинації) на міжнародний ринок.*

**Результати навчання з навчальної дисципліни «Управління туристичними дестинаціями»:**

РН1. Спеціалізовані концептуальні знання, що включають сучасні наукові здобутки, критичне осмислення проблем у сфері туризму та рекреації і на межі галузей знань.

РН2. Спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур у сфері туризму і рекреації.

РН3. Застосовувати сучасні цифрові технології, методи та інструменти дослідницької та інноваційної діяльності для розв'язання складних задач у сфері туризму та рекреації.

PH5. Здійснювати комплексний аналіз і оцінювання функціонування туристичного ринку різних ієрархічних рівнів, прогнозувати тенденції його розвитку.

PH7. Організовувати співпрацю зі стейкхолдерами, формувати механізми взаємодії суб'єктів туристичного ринку з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.

PH8. Управляти процесами в суб'єктах індустрії туризму та рекреації на різних ієрархічних рівнях, які є складними, непередбачуваними і потребують нових стратегічних підходів.

PH11. Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово для обговорення професійних проблем, презентації результатів досліджень та проєктів у сфері туризму і рекреації.

PH12. Аналізувати, формулювати і реалізовувати національну та регіональну туристичну політику, вдосконалювати механізми управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ на національному, регіональному та локальному рівнях.

**Міждисциплінарні зв'язки:** програма упорядкована відповідно до анотації освітньо-професійної програми підготовки магістрів, є вихідною та дозволяє інтегрувати в собі попередньо здобуті здобувачами вищої освіти базові знання у сфері туризму, менеджменту та маркетингу, на основі чого магістри зможуть оволодіти теоретичними знаннями та одержати практичні навички щодо аспектів діяльності у сфері управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ.

**Критерії оцінювання результатів навчання.** Перевірка та оцінювання знань, вмінь та навичок здобувачів з дисципліни «Управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ» забезпечується здійсненням поточного та підсумкового контролю.

Максимальна сума балів, яку може набрати здобувач за результатами вивчення дисципліни, становить 100. На аудиторних заняттях здобувач може отримати 70 балів (14 занять \* 5 балів = 70 балів), виконання самостійної роботи може бути оцінене максимально у 30 балів.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять та передбачає оцінювання рівня теоретичної підготовки здобувачів за тематикою практичних занять. Здійснення поточного контролю знань здобувачів включає опитування (усне або письмове), перевірку індивідуальних творчих завдань, комп'ютерне тестування, інше. Виконання здобувачами самостійної роботи відбувається шляхом підготовки доповідей та презентацій, написання наукових статей/тез з наступним їх опублікуванням, виступів на конференціях, семінарах, роботи в системі дистанційної освіти MOODLE тощо.

Підсумковий контроль знань здобувачів передбачає складання письмового екзамену. Результат виконання екзаменаційних завдань оцінюється з урахуванням результатів поточного контролю у співвідношенні 80 : 20, де 80 – максимальна оцінка за виконання екзаменаційного завдання, 20 – максимальна оцінка за поточну роботу протягом семестру.

Якщо здобувач вищої освіти упродовж семестру навчання набрав 75 балів

та (або) більше, оцінка за екзамен йому може бути виставлена за результатом поточної успішності (згідно з Положенням Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти №12 від 07.02.2022).

Здобувач вищої освіти, який не погоджується з оцінкою, отриманою під час підсумкового (семестрового) контролю, має право звернутися із проханням переглянути оцінку, одержану на екзамені (згідно Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю знань студентів №32 від 07.02.2022).

| <b>Рівні компетентності</b>      | <b>За шкалою ДТЕУ</b> | <b>Критерії оцінювання</b>   |
|----------------------------------|-----------------------|--|
| Високий<br>(дослідницький)       | 90-100                | Має обґрунтовані та всебічні знання з дисципліни, вміє узагальнювати та систематизувати набуті знання; самостійно знаходить джерела інформації та працює з ними; проводить власні дослідження, може використовувати набуті знання та вміння при розв'язанні задач. |
| Достатній (частково-пошуковий)   | 82-89                 | Володіє навчальним матеріалом, вміє зіставляти та узагальнювати, виявляє творчий інтерес до предмету, виконує завдання з повним поясненням та обґрунтуванням, але допускає незначні помилки; може усвідомити нові для нього факти, ідеї.                           |
|                                  | 75-81                 | Володіє визначеним програмою навчальним матеріалом; розв'язує завдання, передбачені програмою, з частковим поясненням.   |
| Елементарний<br>(репродуктивний) | 69-74                 | Володіє навчальним матеріалом на репродуктивному рівні; може самостійно розв'язати та пояснити розв'язання завдання.   |
|                                  | 60-68                 | Ознайомлений з навчальним матеріалом, відтворює його на репродуктивному рівні; виконує елементарні завдання за зразком або відомим алгоритмом.   |
| Низький<br>(фрагментарний)       | 35-59                 | Ознайомлений та відтворює навчальний матеріал на рівні окремих фактів та фрагментів матеріалу; під керівництвом викладача виконує елементарні завдання.  |
|                                  | 1-34                  | Ознайомлений з навчальним матеріалом на рівні розпізнавання та відтворення окремих фактів.   |

## Обсяг дисципліни в кредитах та його розподіл

| Назва теми  | Кількість годин        |        |                   |                   | Форми контролю            |
|---|------------------------|--------|-------------------|-------------------|---------------------------|
|   | усього, годин/кредитів | лекції | практичні заняття | самостійна робота |                           |
| Тема 1. Туристична дестинація як елемент системи туризму                                    | 20                     | 4      | 4                 | 12                | УО, Т, Х, ІЗ, СУН         |
| Тема 2. Туристичні та рекреаційні ресурси як формоутворюючий елемент туристичної дестинації | 20                     | 4      | 4                 | 12                | РК, Т, УО, Д, РЗ, ПО, СУН |
| Тема 3. Сутність управління туристичними дестинаціями.                                      | 14                     | 2      | 2                 | 10                | Т, УО, ПО, СУН            |
| Тема 4. Діяльність організацій з управління туристичними дестинаціями                       | 14                     | 2      | 2                 | 10                | Т, УО, ІЗ, РК, СУН        |
| Тема 5. Інтеграційні процеси в туристичних дестинаціях                                      | 14                     | 2      | 2                 | 10                | Т, УО, СУН                |
| Тема 6. Кластерний підхід в управлінні туристичними дестинаціями                            | 14                     | 2      | 2                 | 10                | Т, УО, РЗ, ІЗ, СУН,       |
| Тема 7. Конкурентоспроможність туристичних дестинацій                                       | 20                     | 4      | 4                 | 12                | Т, УО, ІЗ РЗ, РК, СУН     |
| Тема 8. Стратегічне планування розвитку туристичних дестинацій                              | 16                     | 2      | 2                 | 12                | СУН, УО, РК, ІЗ           |
| Тема 9. Маркетинг туристичних дестинацій  | 16                     | 2      | 2                 | 12                | Т, УО, РК, ІЗ, СУН        |
| Тема 10. Інновації, інвестиції та цифрова трансформація туристичних дестинацій              | 14                     | 2      | 2                 | 12                | УО, Т, СУН                |
| Тема 11. Управління сталим розвитком туристичної дестинації                                 | 14                     | 2      | 2                 | 12                | Т, УО, РК, ІЗ, СУН,       |
| Підсумковий контроль  |                        |        |                   |                   | Екзамен                   |
| Всього  | 180/6                  | 28     | 28                | 124               |                           |

**Умовні позначення:** УО – усне опитування; ПО – письмове опитування; ІЗ – індивідуальне завдання; РК – розв’язування кейсу; Т – тестування; СУН – система управління навчанням MOODLE; Х – хакатон; Д – дискусія; РЗ – розрахункове завдання.

## **II. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

### **Тема 1. Туристична дестинація як елемент системи туризму**

Дестинації в системі туризму. Система туризму як об'єкт дослідження. Системні зв'язки між дестинації, транспортним комплексом, суб'єктами туроперейтинга і туристичним попитом. Фактори середовища системи туризму та їх вплив: економічні, соціальні, політичні, екологічні та технологічні.

Дестинації як турпродукт, мета подорожі, об'єкт підприємництва та суб'єкт конкуренції. Структура туристичної дестинації. Галузева, територіальна і продуктова структура дестинації.

Типологія туристичних дестинацій. Залежність масштабності дестинації в залежності від віддаленості туристичного попиту. Ієрархічна типологія дестинацій в різних субринках туризму: купально-пляжному, гірничо-спортивному, круїзному, екскурсійному.

Атракційний пункт як локальна туристична дестинація. Атракційні пункти на базі первинної та вторинної пропозиції туристичного продукту. Штучно створені тематичні локальні дестинації. Тимчасові і подієві атракційні пункти.

### **Тема 2. Туристичні та рекреаційні ресурси як формоутворюючий елемент туристичної дестинації**

Туристичні та рекреаційні ресурси як чинник розвитку дестинацій. Класифікація матеріальних туристичних ресурсів. Міфотворчість як спосіб створення нематеріальних туристичних ресурсів. Перспективи створення міфологічних туристичних ресурсів як фактора отримання додаткового доходу туристичної індустрії. Туристичний та рекреаційний потенціал дестинації. Методика оцінки туристичного та рекреаційного потенціалу дестинації.

### **Тема 3. Сутність управління туристичними дестинаціями**

Туристична дестинація як об'єкт управління. Цілі інтегрованого управління туристичною дестинацією. Місце управління в системі компетентного середовища туризму. Сутність та значення принципів управління туристичною дестинацією. Зміст основних та часткових принципів управління. Тенденції управлінських процесів в туризмі.

Цілепокладання організації з управління туристською дестинацією. Місія підприємства. Риси і властивості цілепокладання організації. Правила декомпозиції головної мети туристичної дестинації на підцілі.

Сутність і взаємозв'язок функцій менеджменту. Зміст робіт, які передбачає функція планування туристичними дестинаціями. Стадії процесу планування. Рівні процесу планування. Загальний план функціонування організації. Критерії ефективності реалізації функції планування. Методи планування.

Функція організації як засіб досягнення цілей туристичної дестинації. Зміст функції організації. Етапи реалізації функції організації. Сутність організаторської діяльності. Принципи, що визначають реалізацію функції організації та її ефективність.

Мотивація як функція управління в туристичній дестинації.

Контроль в управлінні туристичною діяльністю. Етапи реалізації функції контролю. Критерії ефективності технології контролю

Система методів менеджменту та їх взаємозв'язок. Сутність методів управління. Сутність провідних організаційно-адміністративних методів: регламентування, нормування, інструктування, розпорядчий вплив.

Сутність та зміст економічних методів: планування, аналіз, господарський розрахунок, стимулювання, ціноутворення, фінансування, кредитування та облік. Сутність та зміст економічних методів соціальних та психологічних методів управління туристичними дестинаціями.

#### **Тема 4. Діяльність організацій з управління туристичними дестинаціями**

Особливості діяльності організацій з управління туристичними дестинаціями національного рівня. Досвід діяльності організацій з управління туристичними дестинаціями національного рівня (за країнами світу). Особливості діяльності організацій з управління туристичними дестинаціями регіонального рівня. Досвід діяльності організацій з управління туристичними дестинаціями регіонального рівня (за країнами світу). Особливості діяльності організацій з управління туристичними дестинаціями місцевого рівня. Досвід діяльності організацій з управління туристичними дестинаціями місцевого рівня (за країнами світу). Особливості діяльності організацій з управління атракційним пунктом. Досвід діяльності організацій з управління атракційним пунктом (за країнами світу). Правовий статус, фінансування і структура організацій з управління туристичними дестинаціями.

#### **Тема 5. Інтеграційні процеси в туристичних дестинаціях**

Особливості інтеграційних процесів в управлінні організаціями індустрії туризму в регіоні. Зміст процесу регулювання регіонального розвитку туризму. Сутність та ознаки прояви інтеграції в туризмі. Мета та зміст діяльності регіональних туристичних товариств (РТТ). Організаційні форми управління регіональним розвитком туризму: маркетингові консорціуми, конгломерати, громадські організації при навчальних закладах, які готують фахівців з туризму, об'єднання, створені з метою просування конкретного туристичного продукту, туристично-інформаційні центри. Зміст роботи інформаційних центрів. Комплекс механізмів залучення територіальних громад до розвитку туристичної галузі. Стратегічні альянси та франчайзинг. Мережі, альянси та



туристичні кластери як результат структурної перебудови туристичної сфери. Мережні структури співпраці підприємств в туристичній дестинації. Їх функції, принципи досягнення ефективності; діяльність координаційного центру.

Стратегічні альянси як форма співпраці в туристичній дестинації.

## **Тема 6. Кластерний підхід в управлінні туристичними дестинаціями**

Економічна сутність та значення туристично-рекреаційного кластеру. Система накопичення вартості в туристичному кластері. Стратифікація дестинації. Основні характеристики туристичних кластерів. Формування туристичних кластерів дестинацій- основні завдання та принципи. Класифікація туристично-рекреаційних кластерів. Управління туристично-рекреаційним кластером. Сучасна концепція управління враженнями в організації туристичного обслуговування відвідувачів дестинації.

## **Тема 7. Конкурентоспроможність туристичних дестинацій**

Сутність і зміст конкуренції та конкурентних переваг у туризмі. Базові моделі конкурентоспроможності в туризмі. Фактори конкурентоспроможності дестинації. Взаємозв'язок конкуренції в туризмі на різних рівнях. Класифікація конкурентних переваг в туризмі. Модель конкурентоздатності туристичної дестинації Ritchie & Crouch. Концептуальна модель конкурентоспроможності дестинації Dwyer, Mellor, Livaic, Edwards and Kim. Зміст моделі ромба М. Портера. Оцінка конкурентоспроможності туризму на макрорівні. Оцінка конкурентоспроможності дестинації на рівні регіону. Оцінювання конкурентного середовища на макрорівні. Рейтингова оцінка рівня конкурентоспроможності і секторів подорожей і туризму на макрорівні. Управління конкурентоспроможністю туризму в регіоні. Аналіз конкурентних позицій. Оцінювання рівня привабливості туристичної дестинації. Напрями підвищення конкурентоспроможності туристичної дестинації. Концепція «економіки участі» місцевого населення в туризмі. Вдосконалення інформаційного супроводу туристичних дестинацій. Саморегулювання в туристичних дестинаціях.

## **Тема 8. Стратегічне планування розвитку туристичних дестинацій**

Роль стратегічного планування у розвитку туристичних дестинацій. Види стратегій в сфері туризму. Базові концепти стратегічного планування розвитку туристичних дестинацій. Зміст стратегії радіального розвитку. Зміст стратегії транспортних коридорів. Зміст точкової стратегії. Зміст стратегії рекреаційного районування. Основні етапи стратегічного планування розвитку туристичної дестинації. Практика стратегічного планування туризму в Україні. Трирівнева

схема стратегічного планування туристичною дестинацією. Механізм розробки загальнодержавних стратегій та регіональних стратегій розвитку. Методичні рекомендації щодо формування і реалізації стратегічних і програмних документів соціально-економічного розвитку об'єднаної територіальної громади.

## **Тема 9. Маркетинг туристичних дестинацій**

Зміст маркетингу туристичних дестинацій. Технології територіального маркетингу. Особливості споживчої поведінки туристів. Система Інтернет-інструментів просування дестинацій.

Комунікаційні властивості туристичних дестинацій. Особливості створення сайту туристичної дестинації. Структура сайту дестинації. Методи підвищення відвідуваності сайту. Оцінка комунікаційних властивостей сайту дестинації.

Імідж туристичної дестинації. Сутність та структура бренду туристичної дестинації. Брендинг як маркетингова стратегія, форма піару, процес створення та управління нематеріальними активами. Переваги підприємства туристичної індустрії, що використовує бренд: лояльність споживачів, менша вразливість маркетингу з боку конкурентів, додаткові можливості отримання доходу, посилення маркетингових комунікацій.

Етапи формування бренду: маркетингові дослідження, розробка структури бренду, вибір імені, формування образу, візуальне втілення. Структури розвитку брендів: зонтична і комплексна.

Фірмовий стиль як візуальне відображення бренду. Елементи фірмового стилю: товарний знак, логотип, слоган, фірмовий блок, фірмові кольори, особливості дизайну, шрифт, внутрішньофірмові стандарти. Носії фірмового стилю.

Неформалізовані бренди туристичних дестинацій. Формалізовані бренди туристичних дестинацій. Формування бренду дестинації зі складним культурно-історичним і рекреаційно-ресурсним потенціалом.

Концепція позиціонування. Характеристики, характерні риси і детермінанти в позиціонуванні. Процес позиціонування.

Дестинації як продукт споживання. Механізм дії карт-системи дестинацій. Основні учасники карт-системи (туристична індустрія, індивідуальні туристи, агентства, які розробляють і реалізують картки турпродукту). Реалізація принципів оптового продажу та стимулювання збуту в сегменті індивідуального туризму за допомогою карт-системи.

Типи карток турпродукту дестинацій (тематичні, комплексні міські, комплексні регіональні). Розвиток карт-системи в містах, на курортах, в окремих країнах.

## **Тема 10. Інновації, інвестиції та цифрова трансформація туристичних дестинацій**

Формування інноваційної підприємницької еко-системи. Стимулювання цифровізації в туризмі. Інвестиційна політика в дестинаціях. Механізми залучення інвестицій в туристичні дестинації на принципах державно-приватного партнерства. Оцінка ефективності інвестицій в туристичних дестинаціях.

## **Тема 11. Управління сталим розвитком туристичної дестинації**

Сутність і значення сталого туризму. Позитивні і негативні наслідки від розвитку туризму. Основні відмінності сталого туризму від масового (традиційного) туризму.

Принципи сталого розвитку туристичної дестинації. Порівняльні характеристики стійкого і нестійкого розвитку туризму. Система екологічного законодавства та контролю за виконанням його вимог. Зміст «Порядку денного на XXI ст. для індустрії подорожей та туризму».

Концепція дпустимого навантаження на туристичну дестинацію. Пропускний потенціал території. Екологічний стан туристичних дестинацій. Фізична (чи екологічна), економічна, соціальна місткість системи.

Реалізація принципів сталості туристичної дестинації. Модель сталого розвитку туристичної дестинації. Ознаки еко-туризму. Відповідальність за організацію і розвиток сталого туризму.

Впровадження критеріїв сталого розвитку як інструмент підвищення сталості дестинації. Напрямки досягнення сталого розвитку туристичного регіону. Реалізація контрольних функцій в формуванні ефективної стратегії. Маркетинг сталого розвитку.

Зміст Глобального етичного кодексу. Культурний туризм: формування відповідальності, сталості та інклюзивності. Гендерна проблематика і туризм. Характеристики етичних принципів розвитку туристичної дестинації. Формування доступності в туризмі як тренд сталого туризму.

## Структура навчальної дисципліни

| Результати навчання   | Навчальна діяльність   | Робочий час здобувачів, год  |
|---|--|--|
| <p><b>Знати</b> зміст туристичної дестинації та її місце в загальній системі туризму; типізацію, типологію та життєвий цикл дестинації.</p> <p><b>Розуміти</b> основні підходи до трактування змісту туристичної дестинації; циклічність розвитку туристичних дестинацій.</p> | <p><b>Тема 1. Туристична дестинація як елемент системи туризму</b></p> <p><b>Лекція №1</b><br/><b>План лекції</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Зміст туристичної дестинації та її місце в геоekonomіці туризму.</li> <li>2. Принцип міждисциплінарності в дослідженні туристичних дестинацій.</li> <li>3. Концептуальний зміст туристичної дестинації.</li> </ol> <p><b>Лекція № 2.</b><br/><b>План лекції</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Типізація туристичних дестинацій.</li> <li>2. Ієрархічна типологія дестинацій.</li> <li>3. Типологія дестинацій.</li> <li>4. Життєвий цикл дестинації.</li> </ol> <p><b>Рекомендовані джерела:</b><br/>Основні: 1, 3-4.<br/>Додаткові: 6, 9, 17.<br/>Інтернет-ресурси: 18.</p> <p><b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Підготовка та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття.</li> <li>2. Підготовка відповідей на питання: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Системні зв'язки між дестинацією, транспортним комплексом, суб'єктами туropерейтинга і туристичним попитом.</li> <li>– Фактори середовища системи туризму та їх вплив на туристичні дестинації: економічні, соціальні, політичні, екологічні та технологічні.</li> <li>– Штучно створені тематичні локальні дестинації. Тимчасові і подієві атракційні пункти.</li> </ul> </li> </ol> <p><b>Практичне заняття № 1</b><br/><b>Питання для обговорення:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сутність туристичної дестинації та її місце в загальній системі туризму.</li> <li>2. Економічний географічно-орієнтований підхід до вивчення дестинації.</li> <li>3. Маркетинговий управлінсько-орієнтований підхід до вивчення дестинації.</li> <li>4. Клієнто-орієнтований та соціокультурний підхід до вивчення дестинації.</li> </ol> | <p style="text-align: center;">2</p> <p style="text-align: center;">2</p> <p style="text-align: center;">12</p> <p style="text-align: center;">2</p> |

|   |   |    |
|---|---|----|
|   | <p><b>Практичне заняття № 2</b><br/> <b>Питання для обговорення:</b><br/> 1. Складові туристичної дестинації.<br/> 2. Класифікація туристичних дестинацій.<br/> 3. Циклічні процеси розвитку туристичних дестинацій.</p>  | 2  |
| <p><b>Знати</b> зміст та основні види туристичних ресурсів, їх роль у функціонуванні туристичних дестинацій; критерії визначення допустимого туристичного навантаження на туристичні ресурси.</p> <p><b>Розуміти</b> зміст основних підходів до вивчення потенціалу туристичних дестинацій.</p> | <p><b>Тема 2. Туристичні та рекреаційні ресурси як формоутворюючий елемент туристичної дестинації</b></p> <p><b>Лекція №3</b><br/> <b>План лекції</b><br/> 1. Сутність і класифікація туристичних та рекреаційних ресурсів.<br/> 2. Інфраструктура туристичної дестинації.<br/> 3. Туристичний та рекреаційний потенціал та підходи до його вивчення.</p>   | 2  |
|   | <p><b>Лекція № 4</b><br/> <b>План лекції</b><br/> 1. Наукові підходи до вивчення туристичного та рекреаційного потенціалу дестинації.<br/> 2. Ресурсний підхід до визначення туристичного та рекреаційного потенціалу дестинацій.<br/> 3. Маркетинговий підхід до аналізу туристичних ресурсів.<br/> 4. Методика визначення, аналізу та відбору території в якості потенційної дестинації.</p>        | 2  |
|   | <p><b>Рекомендовані джерела:</b><br/> Основні: 1, 3-4.<br/> Додаткові: 6, 13, 17.<br/> Інтернет-ресурси: 18.</p>  |    |
|   | <p><b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти:</b><br/> 1. Підготовка та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття.<br/> 2. Підготовка відповідей на питання:<br/> – Перспективи створення міфологічних туристичних ресурсів як фактора отримання додаткового доходу туристичної індустрії.<br/> – Методика оцінки туристичного та рекреаційного потенціалу дестинації.</p>    | 12 |
|   | <p><b>Практичне заняття № 3</b><br/> <b>Питання для обговорення:</b><br/> 1. Сутність туристичних та рекреаційних ресурсів.<br/> 2. Класифікація туристичних та рекреаційних ресурсів.<br/> 3. Інфраструктура туристичної дестинації.<br/> 4. Системи забезпечення та складові туристичного та рекреаційного потенціалу території.</p>  | 2  |
|   | <p><b>Практичне заняття № 4</b><br/> <b>Питання для обговорення:</b><br/> 1. Сутність ресурсного підходу до аналізу туристичного потенціалу.<br/> 2. Критерії визначення допустимого туристичного навантаження на туристичну дестинацію.<br/> 3. Маркетинговий підхід до аналізу туристичних ресурсів.<br/> 4. Методика визначення, аналізу та відбору території в якості потенційної дестинації.</p> | 2  |

|  |   |  |
|--|---|--|
| <p><b>Знати</b> зміст, принципи та складові управління туристичною дестинацією.</p> <p><b>Розуміти</b> особливості туристичної дестинації як об'єкта управління та особливості управління туристичною дестинацією.</p>   | <p align="center"><b>Тема 3. Сутність управління туристичними дестинаціями</b></p> <p><b>Лекція 5</b><br/><b>План лекції</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Туристична дестинація як об'єкт управління.</li> <li>Процес управління туристичним дестинаціями та його складові.</li> <li>Компетентнісне середовище дестинації як головна якість менеджменту.</li> </ol> <p><b>Рекомендовані джерела:</b><br/>Основні: 1-4.<br/>Додаткові: 7-8, 11-15, 17.<br/>Інтернет-ресурси: 18.</p> <p><b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Підготовка та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття.</li> <li>Підготовка відповідей на питання: <ul style="list-style-type: none"> <li>Правила декомпозиції головної мети туристичної дестинації на підцілі.</li> <li>Мотивація як функція управління в туристській дестинації.</li> <li>Контроль в управлінні туристичною діяльністю.</li> </ul> </li> </ol> <p><b>Практичне заняття № 5</b><br/><b>Питання для обговорення:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Особливості формування туристичної дестинації як об'єкта управління.</li> <li>Основні та специфічні принципи управління туристичною дестинацією.</li> <li>Сутність і взаємозв'язок функцій управління.</li> </ol> | <p align="center">2</p> <p align="center">10</p> <p align="center">2</p> |
| <p><b>Знати</b> особливості діяльності організацій з управління туристичними дестинаціями різного рівня та атракційними пунктами, їх правовий статус, фінансування та структуру.</p> <p><b>Розуміти</b> особливості діяльності організацій з управління туристичними</p> | <p align="center"><b>Тема 4. Діяльність організацій з управління туристичними дестинаціями</b></p> <p><b>Лекція № 6</b><br/><b>План лекції</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Особливості діяльності організацій з управління туристичними дестинаціями національного рівня.</li> <li>Особливості діяльності організацій з управління туристичними дестинаціями регіонального рівня.</li> <li>Особливості діяльності організацій з управління туристичними дестинаціями місцевого рівня.</li> <li>Особливості діяльності організацій з управління атракційним пунктом</li> </ol> <p><b>Рекомендовані джерела:</b><br/>Основні: 3-4.<br/>Додаткові: 8, 10, 14-15, 17.<br/>Інтернет-ресурси: 18-21.</p> <p><b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Підготовка та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття.</li> <li>Підготовка відповідей на питання: <ul style="list-style-type: none"> <li>Досвід діяльності організацій з управління атракційним пунктом (за країнами світу).</li> </ul> </li> </ol>  | <p align="center">2</p> <p align="center">10</p>                         |

|   |   |                             |
|---|---|-----------------------------|
| <p>дестинаціями по країнам світу, їх специфіку.</p>   | <p>– Правовий статус, фінансування і структура організацій з управління туристичними дестинаціями.</p> <p><b>Практичне заняття № 6</b><br/> <b>Питання для обговорення:</b><br/> 1. Досвід діяльності організацій з управління туристичними дестинаціями національного рівня (за країнами світу).<br/> 2. Досвід діяльності організацій з управління туристичними дестинаціями регіонального рівня (за країнами світу).<br/> 3. Досвід діяльності організацій з управління туристичними дестинаціями місцевого рівня (за країнами світу).</p>   | <p>2</p>                    |
| <p><b>Знати</b> зміст, спрямованість та особливості розвитку інтеграційних процесів у туристичних дестинаціях.</p> <p><b>Розуміти</b> зміст співпраці підприємств у туристичних дестинаціях та її значення для розвитку останніх.</p> | <p><b>Тема 5. Інтеграційні процеси в туристичних дестинаціях</b></p> <p><b>Лекція № 7</b><br/> <b>План лекції</b><br/> 1. Особливості інтеграційних процесів у розвитку туристичних дестинацій.<br/> 2. Мережеві форми кооперації в туристичній дестинації.<br/> 3. Стратегічні альянси як форма співпраці в туристичній дестинації.</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b><br/> Основні: 3-4.<br/> Додаткові: 8-10, 17.<br/> Інтернет-ресурси: 18-21.</p> <p><b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти:</b><br/> 1. Підготовка та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття.<br/> 2. Підготовка відповідей на питання:<br/> – Мережі, альянси та туристичні кластери як результат структурної перебудови туристичної сфери.<br/> – Мережні структури співпраці підприємств в туристській дестинації. Їх функції, принципи досягнення ефективності; діяльність координаційного центру.<br/> – Стратегічні альянси як форма співпраці в туристській дестинації.</p> <p><b>Практичне заняття № 7</b><br/> <b>Питання для обговорення:</b><br/> 1. Правові інструменти для підтримки діяльності інтегрованих структур.<br/> 2. Ефективні форми інтеграції на ринку туристичних послуг.<br/> 3. Зміст і значення співпраці підприємств у мережі.<br/> 4. Принципи співпраці в мережі.<br/> 5. Сутність та форми стратегічного альянсу в туристичному бізнесі.</p> | <p>2</p> <p>10</p> <p>2</p> |

|  |  |  |
|--|--|--|
| <p><b>Знати</b> зміст туристичних кластерів, їх класифікацію та технологію формування.</p> <p><b>Розуміти</b> особливості управління туристичними кластерами, формування та розвитку туристичних дестинацій на основі кластерів.</p> | <p align="center"><b>Тема 6. Кластерний підхід в управлінні туристичними дестинаціями</b></p> <p><b>Лекція № 8</b><br/> <b>План лекції</b><br/> 1. Економічна сутність туристичного кластеру.<br/> 2. Класифікація туристичних кластерів і стадії їх розвитку.<br/> 3. Технологія формування туристичного кластера.</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b><br/> Основні: 1, 3-4.<br/> Додаткові: 7, 10.<br/> Інтернет-ресурси: 18, 20.</p> <p><b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти:</b><br/> 1. Підготовка та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття.<br/> 2. Підготовка відповідей на питання:<br/> – Управління туристсько-рекреаційним кластером.<br/> – Сучасна концепція управління враженнями в організації туристичного обслуговування відвідувачів дестинації.</p> <p><b>Практичне заняття № 8.</b><br/> <b>Питання для обговорення:</b><br/> 1. Технологія формування регіонального кластеру.<br/> 2. Технологія формування кластеру на рівні міста чи атракції.<br/> 3. Особливості процесу управління організаціями туристичного бізнесу в туристичному кластері.<br/> 4. Моделювання туристичних дестинацій на основі кластерного підходу.</p> | <p align="center">2</p> <p align="center">10</p> <p align="center">2</p> |
| <p><b>Знати</b> зміст конкурентоспроможності туристичних дестинацій та фактори, що на неї впливають.</p> <p><b>Розуміти</b> зміст та особливості моделей конкурентоспроможності туристичних дестинацій на різних рівнях.</p>         | <p align="center"><b>Тема 7. Конкурентоспроможність туристичних дестинацій</b></p> <p><b>Лекція № 9</b><br/> <b>План лекції</b><br/> 1. Сутність і зміст конкуренції та конкурентних переваг у туризмі.<br/> 2. Базові моделі конкурентоспроможності в туризмі.<br/> 3. Фактори конкурентоспроможності дестинації.</p> <p><b>Лекція №10</b><br/> <b>План лекції</b><br/> 1. Оцінка конкурентоспроможності туризму на макрорівні.<br/> 2. Оцінка конкурентоспроможності дестинації на рівні регіону.<br/> 3. Оцінювання конкурентного середовища на макрорівні.</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b><br/> Основні: 3-4.<br/> Додаткові: 8-11, 17.<br/> Інтернет-ресурси: 18.</p>  | <p align="center">2</p> <p align="center">2</p>                          |



|   |   |                             |
|---|---|-----------------------------|
|   | <p><b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Підготовка та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття.</li> <li>2. Підготовка відповідей на питання: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Модель конкурентоздатності туристичної дестинації Ritchie &amp; Crouch.</li> <li>– Концептуальна модель конкурентоспроможності дестинації Dwyer, Mellor, Livaic, Edwards and Kim.</li> <li>– Зміст моделі ромба М. Портера. Оцінка конкурентоспроможності туризму на макрорівні.</li> <li>– Саморегулювання в туристичних дестинаціях.</li> </ul> </li> </ol> <p><b>Практичне заняття № 9</b><br/> <b>Питання для обговорення:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Взаємозв'язок конкуренції в туризмі на різних рівнях.</li> <li>2. Класифікація конкурентних переваг в туризмі.</li> <li>3. Модель конкурентоздатності туристичної дестинації. Ritchie &amp; Crouch.</li> <li>4. Концептуальна модель конкурентоспроможності дестинації Dwyer, Mellor, Livaic, Edwards and Kim.</li> <li>5. Зміст моделі ромба М. Портера.</li> </ol> <p><b>Практичне заняття № 10</b><br/> <b>Питання для обговорення:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рейтингова оцінка рівня конкурентоспроможності секторів подорожей і туризму на макрорівні.</li> <li>2. Управління конкурентоспроможністю туризму в регіоні.</li> <li>3. Аналіз конкурентних позицій.</li> </ol> | <p>12</p> <p>2</p> <p>2</p> |
| <p><b>Знати</b> зміст стратегічного планування розвитку туристичних дестинацій, його основні етапи.</p> <p><b>Розуміти</b> зміст основних концепцій стратегічного планування розвитку туристичних дестинацій.</p> | <p><b>Тема 8. Стратегічне планування розвитку туристичних дестинацій</b></p> <p><b>Лекція № 11</b><br/> <b>План лекції</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Роль стратегічного планування у розвитку туристичних дестинацій.</li> <li>2. Види стратегій в сфері туризму.</li> <li>3. Основні етапи стратегічного планування розвитку туристичної дестинації.</li> <li>4. Практика стратегічного планування туризму в Україні.</li> </ol> <p><b>Рекомендовані джерела:</b><br/> Основні: 3-4.<br/> Додаткові: 8, 12-13, 16-17.</p> <p><b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Підготовка та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття.</li> <li>2. Підготовка відповідей на питання: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Практика стратегічного планування туризму в Україні.</li> <li>– Світова практика стратегічного планування туризму в Україні.</li> </ul> </li> </ol> <p><b>Практичне заняття 11</b><br/> <b>Питання для обговорення:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Базові концепти стратегічного планування розвитку туристичних дестинацій.</li> <li>2. Трирівнева схема стратегічного планування туристичною дестинацією.</li> <li>3. Механізм розробки загальнодержавних стратегій та регіональних стратегій розвитку.</li> </ol>  | <p>2</p> <p>12</p> <p>2</p> |

|  |  |    |
|--|--|----|
|  | 4. Методичні рекомендації щодо формування і реалізації стратегічних і програмних документів соціально-економічного розвитку об'єднаної територіальної громади.   |    |
| <b>Знати</b> зміст маркетингу туристичної дестинації, її іміджу та бренду, механізм їх формування та розвитку. | <b>Тема 9. Маркетинг туристичних дестинацій</b><br><b>Лекція № 12</b><br><b>План лекції</b><br>1. Зміст маркетингу туристичних дестинацій.<br>2. Сутність бренду туристичної дестинації.<br>3. Імідж туристичної дестинації на світовому рівні.<br>4. Позиціонування туристичних дестинацій.<br>5. Карт-система формування і просування туристичного продукту дестинації.<br>6. Маркетингова стратегія туристичної дестинації.   | 2  |
| <b>Розуміти</b> механізм формування та просування туристичного продукту дестинації.                            | <b>Рекомендовані джерела:</b><br>Основні: 2-3, 5<br>Додаткові: 8, 11, 14-15, 17.<br><b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти:</b><br>1. Підготовка та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття.<br>2. Підготовка відповідей на питання:<br>– Фірмовий стиль як візуальне відображення бренду. Елементи фірмового стилю: товарний знак, логотип, слоган, фірмовий блок, фірмові кольори, особливості дизайну, шрифт, внутрішньофірмові стандарти. Носії фірмового стилю.<br>– Типи карток туристичного продукту дестинацій (тематичні, комплексні міські, комплексні регіональні).<br>– Розвиток карт-системи в містах, на курортах, в окремих країнах. | 12 |
|  | <b>Практичне заняття № 12</b><br><b>Питання для обговорення:</b><br>1. Особливості споживчої поведінки туристів.<br>2. Етапи просування туристичних дестинацій.<br>3. Структура бренда та його характеристики.<br>4. Ідентичність бренду.<br>5. Моделі іміджу туристичних дестинацій.<br>6. Когнітивні карти у формуванні іміджу туристичних дестинацій.<br>7. Механізм дії карт-системи дестинацій.<br>8. Структура маркетингового плану дестинації. Маркетинговий аудит.   | 2  |

|   |   |                             |
|---|---|-----------------------------|
| <p><b>Знати</b> зміст та місце інновацій, інвестицій та цифрових технологій у розвитку туристичних дестинацій.</p> <p><b>Розуміти</b> важливість впровадження інновацій у діяльність туристичних дестинацій</p> | <p><b>ТЕМА 10. Інновації, інвестиції та цифрова трансформація туристичних дестинацій</b></p> <p><b>Лекція №13</b><br/><b>План лекції</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Формування інноваційної підприємницької екосистеми.</li> <li>2. Стимулювання цифровізації в туризмі.</li> <li>3. Інвестиційна політика в дестинаціях.</li> </ol> <p><b>Рекомендовані джерела:</b><br/>Основні: 3-4.<br/>Додаткові: 9-13, 17.</p> <p><b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Підготовка та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття.</li> <li>2. Підготовка відповідей на питання: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Інвестиційна політика в дестинаціях світу.</li> <li>– Цифровий туризм: світові тенденції та українські рішення.</li> <li>– SMART – технології в туристичних дестинаціях світу.</li> </ul> </li> </ol> <p><b>Практичне заняття №13</b><br/><b>Питання для обговорення:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Механізми залучення інвестицій в туристичні дестинації на принципах державно-приватного партнерства.</li> <li>2. Оцінка ефективності інвестицій в туристичних дестинаціях.</li> </ol>   | <p>2</p> <p>12</p> <p>2</p> |
| <p><b>Знати</b> зміст поняття «сталий розвиток» та його місце в туризмі.</p> <p><b>Розуміти</b> важливість забезпечення сталого розвитку туризму для дестинацій та країн світу загалом.</p>                     | <p><b>Тема 11. Управління сталим розвитком туристичної дестинації</b></p> <p><b>Лекція №14</b><br/><b>План лекції</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сутність і значення сталого розвитку.</li> <li>2. Сталий туризм як процес.</li> <li>3. Оцінювання сталості розвитку туризму.</li> <li>4. Концепція допустимого навантаження.</li> </ol> <p><b>Рекомендовані джерела:</b><br/>Основні: 1, 3-5.<br/>Додаткові: 8-9, 13, 16.<br/>Інтернет-ресурси: 18.</p> <p><b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Підготовка та доповнення матеріалу лекції, підготовка до практичного заняття.</li> <li>2. Підготовка відповідей на питання: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Впровадження критеріїв сталого розвитку як інструмент підвищення сталості дестинації в світі та Україні.</li> <li>– Зміст Глобального етичного кодексу.</li> <li>– Культурний туризм: формування відповідальності, сталості та інклюзивності. Гендерна проблематика і туризм.</li> </ul> </li> </ol> <p><b>Практичне заняття № 14</b><br/><b>Питання для обговорення:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Визначення сталого розвитку в нормативних документах світу.</li> <li>2. Механізм сталого розвитку.</li> <li>3. Гендерна проблематика і туризм.</li> </ol> | <p>2</p> <p>12</p> <p>2</p> |
| <p><b>Разом</b></p>   | <p><b>Підсумковий контроль – Е/п</b></p>  | <p>180/6</p>                |

### III. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА:

#### Основні:

1. Божук Т. Рекреаційно-туристичні дестинації: теорія, методологія, практика. Львів : Український бестселер, 2014. 400 с.
2. Джинджоян В.В., Тесленко Т.В., Горб К.М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності : навч. посіб. Київ : Каравела, 2022. 340 с.
3. Корж Н.В., Басюк Д.І. *Управління туристичними дестинаціями* : підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
4. Мазаракі А.А. *Туристичні дестинації (теорія, управління, брендинг)* : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 388 с.
5. Ткаченко Т.І. *Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія*. Київ : КНТЕУ, 2006. 537 с.

#### Додаткові:

6. Головчан А.І. Теоретико-методологічні підходи до визначення сутності туристичних дестинацій та управління ними. *Торгівля і ринок України*: темат. зб. наук. пр. Донецьк: ДонНУЕТ, 2019. Вип. 27. С. 104–105.
7. Дядечко Л.П. Теорія і практика логістизації механізмів формування та обслуговування туристичних потоків: монографія. Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. 243 с.
8. Корж Н.В., Бабчинська О.І., Іванченко Г.В. Стратегічне управління розвитком територій: регіональний аспект. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. Вип. 18. С. 9-13. URL : [http://www.investplan.com.ua/pdf/18\\_2019/4.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/18_2019/4.pdf)
9. Корж Н.В., Онищук Н.В. Фактори інноваційного розвитку туристичних дестинацій. *Економіка і організація управління*. Вип. 4 (44). 2021. Вінниця: ДонНУ, 2021. С. 45-54.
10. Корж Н.В., Соколовська В.В. Стратегічне партнерство в розвитку туристичних дестинацій. *Вісник ОНУ імені І. І. Мечнікова*. 2019. Т. 22. Вип. 1 (54). С. 67-70.
11. Котлер Ф. *Основы маркетингу*. Київ: Вид-во «Діалектика», 2020. 880 с.
12. Онищук Н.В., Корж Н.В. Інтегрована бізнес-стратегія організації з управління туристичними дестинаціями (ОМД). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»*. 2022. № 26(54). С. 30-36.
13. Онищук Н.В., Корж Н.В. Формування міста Вінниці як туристичної дестинації. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2022. Вип. № 1 (5). URL : <https://journals.chdtu.ck.ua/index.php/itsf/article/view/47>
14. *Маркетинг: навч. посіб.* / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
15. Щербич Г.А. *Маркетинговые коммуникации: практикум*. Харків, 2010. 147 с.

16. A Practical Guide to Tourism Destination Management. World Tourism Organization. Madrid. Spain. First printing. 2007. URL : <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284412433>

17. Manual on Accessible Tourism for All: Principles, Tools and Best Practices Module V: Best Practices in Accessible Tourism. URL : <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418091>

***Інтернет-ресурси:***

18. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР . URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>

19. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму України. URL : <https://www.tourism.gov.ua/>

20. Офіційний сайт Міністерства економіки України. URL : <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>

21. Офіційний сайт Національної туристичної організації України. URL : <https://nto.ua/>