

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. директора навчально-наукового
інституту міжнародних відносин

ім. Б.Д. Гаврилишина
Людмила ГАВРИЛЮК-ЄНСЕН

« _____ » _____ 2024 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор навчально-наукового
інституту новітніх освітніх
технологій

Святослав ПИТЕЛЬ

« _____ » _____ 2024 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної
роботи
Віктор ОСТРОВЕРХОВ

« _____ » _____ 2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА

з дисципліни

«ГЛОКАЛІЗАЦІЯ СВІТОВИХ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ»

ступінь вищої освіти – бакалавр
галузь знань – 24 Сфера обслуговування
спеціальність – 242 « Туризм»
освітньо-професійна програма «Туризм»

Кафедра міжнародного туризму і готельного бізнесу

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практ. (год.)	ІРС (год.)	Тренінг, (год.)	СРС (год.)	Разом (год.)	Разом	Екзамен
Денна	4	7	30	30	4	8	78	150	150	7
Заочна	4	7	8	4	-	-	138	150	150	8

Тернопіль – 2024

Робоча програма складена на основі освітньо-професійної програми підготовки бакалавра, галузі знань 24 «Сфера обслуговування» спеціальності 242 «Туризм», затвердженої Вченою радою ЗУНУ (протокол №9 від 26 травня 2021 р.).

Робочу програму уклала:

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу

Лілія КОНДРАЦЬКА

Робоча програма навчальної дисципліни схвалена та рекомендована до використання в освітньому процесі на засіданні кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу (протокол засідання кафедри № 1 від 28 серпня 2024 р.).

Завідувач кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу
канд. екон. наук

Оксана ГУГУЛ

Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності «Туризм», протокол № 2 від 30.08.2024 р.

Голова групи забезпечення спеціальності
канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу

Оксана ГУГУЛ

ПОГОДЖЕНО:

Гарант освітньої програми спеціальності «Туризм і рекреація» ступеня бакалавр

(підпис)

канд. екон. наук, проф. Володимир МАЗУР

СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ГЛОКАЛІЗАЦІЯ СВІТОВИХ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ»

1. Опис дисципліни «Глокалізація світових туристичних дестинацій»

Дисципліна «Глокалізація світових туристичних дестинацій»	Галузь знань, спеціальність, СВО	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів – 5	галузь знань (шифр, найменування) – 24 «Сфера обслуговування»	Статус дисципліни нормативна Мова навчання українська
Кількість залікових модулів – 5	спеціальність (шифр, найменування) – 242«Туризм» освітньо-професійна програма – «Туризм»	Рік підготовки: <i>денна – 4</i> <i>заочна – 4</i> Семестр: <i>денна – 7</i> <i>заочна – 7</i>
Кількість змістових модулів – 3	Ступінь вищої освіти – бакалавр	Лекції: <i>денна – 30год.</i> <i>заочна – 8год.</i> Практичні заняття: <i>денна – 30год.</i> <i>заочна – 4год.</i>
Загальна кількість годин – 150		Індивідуальна робота: <i>денна – 4год.</i> Тренінг: <i>денна – 8год.</i> Самостійна робота: <i>денна – 78год.</i> <i>заочна – 138год.</i>
Тижневих годин – 10, з них аудиторних – 4		Вид підсумкового контролю – екзамен

2. Мета і завдання навчальної дисципліни «Глокалізація світових туристичних дестинацій»

2.1. Мета вивчення дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Глокалізація світових туристичних дестинацій» є поглиблення і розширення теоретико-методичних знань та оволодіння вмінням аналізувати, оцінювати та прогнозувати прикладні аспекти складності у питаннях формування сучасних глокалізаційних процесів у туристичній галузі, а також формування у майбутніх фахівців з туризму сучасного мислення та спеціальних знань з теорії й практики світовими туристичними дестинаціями різного масштабу.

2.2. Завдання вивчення дисципліни

Виходячи з мети, у процесі вивчення навчальної дисципліни вирішуються наступні завдання:

- ознайомити студентів із термінологією, яка використовується в сучасних дослідженнях про туристичні дестинації, формування, принципи, функції та механізми управління ними;
- сформувати у студентів необхідні практичні навички щодо нових тенденцій і проблем розвитку світових туристичних дестинацій, ознайомити з нормативно-правовим забезпеченням та особливостями партнерства в управлінні;
- окреслити основні теоретичні аспекти та європейський досвід креативних технологій успіху туристичних дестинацій як основного фактора індексу привабливості;
- виробити здатність застосовувати на практиці знання стосовно забезпечення конкурентоспроможності світових туристичних дестинацій; з'ясування специфіки політики основних векторів економічних розвідок світових туристичних дестинацій з глокалізаційним фокусом;
- стимулювати інтерес до проведення управлінських та економічних досліджень до оцінювання потенціалу глокалізації світових туристичних дестинацій, їх розвитку та ефективності використання;
- вдосконалити навички критичного мислення, економічного аналізу, усної і письмової презентації, роботи в малих проєктних групах для забезпечення усіх необхідних туристських формальностей та процесів в напрацюваннях різних шкіл глокалізації світових туристичних дестинацій.

2.3. Найменування та опис компетентностей, формування котрих забезпечує вивчення дисципліни

Вивчення навчальної дисципліни «Глокалізація світових туристичних дестинацій» передбачає формування, розвиток та удосконалення **спеціальних компетентностей**, серед яких:

СК19. Вміння аналізувати глобальні туристичні тенденції та адаптувати їх до місцевих умов, культурних особливостей та специфіки туристичних дестинацій.

2.4. Передумови для вивчення дисципліни

Навчальна дисципліна «Глокалізація світових туристичних дестинацій» відповідно до структурно-логічної схеми викладення фахових професійно-орієнтованих дисциплін нормативної частини освітньо-професійної програми підготовки фахівців з туризму спеціальності 242 «Туризм» викладається після вивчення дисциплін: «Туристична та готельна індустрія», «Туристична інфраструктура», «Рекреаційно-туристичні послуги», «Стандартизація, сертифікація та ліцензування туристичних і готельних послуг», «Сучасні проблеми міжнародного розвитку», «Кон'юнктура туристичного ринку» та ін.

2.5. Результати навчання

Вивчення навчальної дисципліни «Глокалізація світових туристичних дестинацій» сприяє розвитку програмних результатів навчання:

ПР27. Здатність аналізувати та оцінювати вплив глобальних тенденцій на розвиток місцевих туристичних дестинацій та розробляти інноваційні туристичні продукти, адаптовані до місцевих умов.

ПР28. Застосовувати принципи сталого розвитку в практиці управління туристичними дестинаціями та ефективно співпрацювати з міжнародними та місцевими партнерами для просування адаптованих туристичних продуктів на глобальному ринку.

3. Зміст навчальної дисципліни «Глокалізація світових туристичних дестинацій»

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ГЛОКАЛЬНИХ СВІТОВИХ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

Тема 1. Сутність, класифікаційні критерії та специфічні ознаки передумов розвитку глокальних світових туристичних дестинацій.

Поняття та підходи до розуміння процесів глокалізації. Основні терміни та визначення. Суперечності та особливості становлення глокалізаційних процесів та їх внесок у розвиток туризму.

Соціально-економічний феномен туризму. Поляризоване зростання в туризмі. Туристична дестинація як основа концепції територіально сфокусованого розвитку суб'єктів туристичного бізнесу. Понятійно-категоріальний апарат: туристський центр, центр туризму, туристський регіон, туристська зона

Компонентна структура туристичної дестинації. Підходи до вивчення та визначення поняття «туристична дестинація». Типологія та життєвий цикл туристичних дестинацій. Ознаки дестинації.

Умови та чинники розвитку туристичної дестинації. Модель дестинації - інтегрована функція низки змінних: туристичні ресурси, туристична інфраструктура, інституційне середовище та система механізмів управління в туризмі, брендинг, трансформаційний потенціал сталого розвитку.

6A-модель туристичної дестинації.

Список рекомендованих джерел:

Основний: [2; 10;11;15;17;19;23;25;33]

Додатковий: [3;7;9;12;13]

Інтернет-ресурси: [1;2;13]

Тема 2. Туристичні ресурси як формоутворюючий елемент світових туристичних дестинацій.

Сутність та функціональна структура світових туристично-рекреаційних ресурсів: основні терміни та підходи, схема туристичного процесу в дестинації, складові, які супроводжують процес глокалізації світових туристичних дестинацій.

Показники оцінювання стану і розвитку туристичних дестинацій. Методи дослідження туристичних дестинацій: системно-структурний аналіз, експертні оцінки, економічне районування, картографічні методи, статистичні методи, типологія, групування та ін.

Вивчення макросередовища розвитку дестинації.

Модель внутрішнього середовища дестинації (Д.І. Басюк). Системи забезпечення світових туристичних дестинацій.

Туристична привабливість як чинник розвитку дестинації. Атрактивність туристичної дестинації. Методичні засади оцінювання туристичної привабливості.

Класифікація світових туристичних дестинацій та регіональні ознаки їх розвитку. Приклад структурно-оцінювальної таблиці кадастру туристичних ресурсів дестинації.

Методика визначення цільових сегментів глокалізаційних процесів у туристичних дестинаціях світу та особливості відбору їх території в якості потенційної.

Діагностика сталості туризму в DESTИНАЦІЇ за допомогою якісних та кількісних показників, що визначають пропускну здатність, екологічне збереження і економічні та соціальні наслідки туризму. Методи планування та прогнозування розвитку туризму.

Розробка та обґрунтування програм розвитку туризму в DESTИНАЦІЇ.

Список рекомендованих джерел:

Основний: [2; 10;11;15;17;21;24]

Додатковий: [3;6;7;8;9;14]

Інтернет-ресурси: [1;2;13;15;16]

Тема 3. Характеристика рівнів інфраструктурного забезпечення глокальних світових туристичних DESTИНАЦІЙ та особливості управління ними

Основні елементи механізму управління, особливості світових туристичних DESTИНАЦІЙ як об'єкта управління, методи управління суб'єктами господарювання в глокальних DESTИНАЦІЯХ, базові механізми управління суб'єктами господарської діяльності в туристичних DESTИНАЦІЯХ світу. Зміст основних та часткових принципів управління.

Поняття та ознаки міжнародно-правових актів. Види міжнародно-правових актів. Міжнародні туристичні організації. Основні правові аспекти функціонування та регулювання світових туристичних DESTИНАЦІЙ. Міжнародно-правові стандарти здійснення туристичної діяльності. Шенгенські угоди.

Тенденції управлінських процесів в глокальних туристичних DESTИНАЦІЙ світу.

Життєвий цикл глокальних світових туристичних DESTИНАЦІЙ. Еволюція циклу глокальних світових туристичних DESTИНАЦІЙ.

Цілепокладання організації з управління глокальними світовими туристичними DESTИНАЦІЯМИ. Місія підприємства. Риси і властивості цілепокладання організації. Правила декомпозиції головної мети світових туристичних DESTИНАЦІЙ на підцілі. Сутність і взаємозв'язок функцій менеджменту.

Список рекомендованих джерел:

Основний: [1; 4;5;10;11;15;16;18;20;21;25]

Додатковий: [4;7;8;9;12;15]

Інтернет-ресурси: [1;2;3;12]

Тема 4. Сегментні особливості становлення інтеграційних процесів у розвитку глокальних світових туристичних DESTИНАЦІЙ.

Особливості діяльності організацій з управління глокальними туристичними DESTИНАЦІЯМИ національного рівня. Досвід діяльності організацій

з управління туристичними дестинаціями національного 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 глокальними туристичними дестинаціями. Національний туристичний офіс або Національна туристична організація (НТО).

Діяльність організацій з управління глокальними туристичними дестинаціями. Приклади атракціонів парку Spielesland: парк розваг у Равенсбурзі та на Боденському озері. Державно-приватне партнерство в управлінні туристичною дестинацією світу. Структура і функції Австрійського національного туристичного офісу. Організаційно-управлінська структура Ради з туризму Відня. Типові функції організацій з менеджменту дестинації – національний, регіональний, місцевий рівні.

Список рекомендованих джерел:

Основний: [1;2; 3;10;16;20;21;25;27;29;33]

Додатковий: [4;7;9;12;16]

Інтернет-ресурси: [1;2;3;12;15]

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ СПЕЦИФІКИ УПРАВЛІННЯ ГЛОКАЛЬНИМИ СВІТОВИМИ ТУРИСТИЧНИМИ ДЕСТИНАЦІЯМИ

Тема 5. Механізм створення і функціонування туристичних стратегічних альянсів та їх місце у системі глокальних дестинацій світу.

Роль стратегічного планування у розвитку глокальних туристичних дестинацій світу. Базові концепти та схема розвитку стратегічних альянсів глокальних туристичних дестинацій світу. Зміст стратегії радіального розвитку, транспортних коридорів, рекреаційного районування. Трирівнева схема стратегічного планування глокальних туристичних дестинацій світу.

Механізм розробки загальнодержавних стратегій та регіональних стратегій розвитку. Методичні рекомендації щодо формування і реалізації стратегічних і програмних документів соціально-економічного розвитку територіального устрою.

Сучасні методики оцінки стратегічного планування дестинацій з огляду ефективності їх розвитку. Ефективність управління глокальними туристичними дестинаціями світу.

Список рекомендованих джерел:

Основний: [1; 10;13;19;20;25;30;34]

Додатковий: [4;5;;7;11;16]

Інтернет-ресурси: [1;2;3;12;15]

Тема 6. Формування кластерного підходу у стратегічному управлінні туристичними дестинаціями світу: складові та критерії формування.

Кластери – сутність, концепції, особливості формування. Кластерний підхід до місцевого економічного розвитку. Переваги кластерного підходу. Методика кластерного аналізу економіки території. Відбір структурних показників. Оцінювання рівня відносної концентрації галузей. Визначення кластерів. Складання кластерної карти економіки дестинації. Роботи з кластерної проблематики М. Портера, Розенфельда.

Методика визначення основних показників туристичних кластерів. Аналіз конкурентоспроможності кластерів. Особливості туристичних кластерів. Фактори виробництва у туристичних кластерах. Бізнес-зв'язки у туристичних кластерах. Специфіка функціонування кластерів – інтеграція галузевих і територіальних принципів організації підприємницької діяльності.

Основна мета кластера – підвищити внутрішню та міжнародну конкурентоздатність його членів за рахунок комерційного і некомерційного співробітництва, наукових досліджень та інновації, освіти, навчання і заходів політики підтримки.

Кластерні стратегії в Європі. Проблеми розвитку кластерів. Основні напрями сприяння розвитку туристичних кластерів у світовій практиці. Реалізація державно-приватного партнерства у кластерній економіці.

Список рекомендованих джерел:

Основний: [1;2;5;8;9;11;15;16;20;25;27;30]

Додатковий: [4;7;11;12;15;16]

Інтернет-ресурси: [1;2;3;12;15]

Тема 7. Дослідження розвитку територіального маркетингу туристичних світових дестинацій та вибір альтернативних стратегій для успішних практик.

Сутність та технології територіального маркетингу. Комплекс маркетингу світових туристичних дестинацій.

Маркетинговий підхід до формування туристичного продукту світових дестинацій. Управління процесом формування, просування і реалізації туристичного продукту місця – світових туристичних дестинацій. Спеціальні інструменти просування світових туристичних дестинацій.

Формування маркетингової стратегії світових туристичних дестинацій. Формування комплексу маркетингових комунікацій світових туристичних дестинацій. Етапи маркетингового планування розвитку світових туристичних дестинацій.

Споживча поведінка відвідувачів світових туристичних дестинацій. Особливості «ланцюжка споживчих цінностей» в туризмі. Позиціонування - процес вибору ринкової позиції для турпродукту світових дестинацій.

Інформаційно-аналітичне забезпечення маркетингу світових туристичних дестинацій. Система Інтернет-інструментів просування глокальних туристичних дестинацій світу.

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

Список рекомендованих джерел:

Основний: [1;6;7;14;15;19;20;22;25;30;36]

Додатковий: [6;7;9;10;16]

Інтернет-ресурси: [1;2;3;12;15]

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3.

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ АТРАКТИВНОСТІ ТА ПОТЕНЦІАЛУ СВІТОВИХ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

Тема 8. Вивчення концепції бренд-менеджменту у розвитку глокальних туристичних світових дестинацій та оцінка їх стратегічного потенціалу.

Туристична дестинація як продукт. Споживча поведінка туристів. Прийняття рішення про подорож. Вибір туристичної дестинації. Чинники, що впливають на туристичну поведінку.

Відмінні фактори споживчої поведінки туристів у світових дестинаціях, обґрунтування споживчої поведінки туристів, аналіз рівнів залучення туриста у прийняття рішення про подорож.

Фактори вибору сегменту туристичного ринку, географічна сегментація туристичного ринку дестинації, демографічна сегментація туристичного ринку дестинації, економічна сегментація туристичного ринку дестинації, психографічна сегментація туристичного ринку дестинації, поведінкова сегментація туристичного ринку дестинації.

Структура та елементи бренду дестинації. Слоган та логотип території. Регіональна ідентичність. Імідж туристичної дестинації.

Трактування поняття «імідж території», види територіального іміджу, фактори формування іміджу туристичної дестинації, модель іміджу дестинації, механізми формування образу дестинації.

Критерії формування стратегії туристичного брендингу у світових дестинаціях: ініціатор брендингової компанії; джерела фінансування та кількість коштів; цільова аудиторія; напрями позиціонування бренду; соціологічні опитування (висновки) експертів; ефект від реалізації брендингової стратегії.

Схема комунікаційної системи. Варіанти формування каналів руху. Формування територіальних стратегій розповсюдження бренда на основі географічних інформаційних систем (ГІС).

Список рекомендованих джерел:

Основний: [3;6;7;10;15;20;25;31;34]

Додатковий: [2;4;10;12;14;16]

Інтернет-ресурси: [1;2;3;12;15]

Тема 9. Досвід функціонування провідних туристичних дестинацій світу та аналіз їх ресурсного потенціалу: кращі практики.

Класифікація туристичних дестинацій світу. Технологічні, суспільні, подієві туристичні ресурси дестинацій світу. Туристсько-рекреаційний потенціал дестинацій світу. Рекреація та туризм як соціальні явища.

Організація сталого розвитку туристичних дестинацій Європи та технологія залучення нових об'єктів в її екскурсійну сферу. Потужність, географія, структура й динаміка рекреаційних потоків.

Регіональні особливості й інструменти розвитку рекреаційних туристичних дестинацій Американського регіону. Характеристика ресурсно-рекреаційного потенціалу США. Основні показники розвитку туристичних дестинацій: типи та характеристики закладів розміщення, турфірми і турагентства, рекреаційні зони.

Туристично-рекреаційні дестинації Африки: Загальна характеристика африканського континенту. Особливості і маркетингові проблеми організації креативного туризму в Африці. Розвинуті та потенціальні туристичні дестинації Африки.

Формування рекреаційних дестинацій і центрів туризму в Азії, Австралії й Океанії та на Близькому Сході. Характер рекреаційної спеціалізації. Потужність, географія, структура й динаміка рекреаційних потоків.

Проблеми та перспективи використання рекреаційних дестинацій Близькосхідного туристичного регіону.

Список рекомендованих джерел:

Основний: [2; 4;10;16;20;21;27;31;32]

Додатковий: [3;7;9;10;14]

Інтернет-ресурси: [1;2;3;12;15]

Тема 10. Основні чинники формування конкурентоспроможності в туризмі на рівні глокальних світових дестинацій.

Сутність і специфіка складових конкуренції та конкурентних переваг у туризмі.

Концептуальні основи конкурентоспроможності глокальних туристичних дестинацій світу. Принципи формування конкурентоспроможності. Ланцюжок

створення вартості. Конкурентні переваги в туризмі. Стратегічні завдання підвищення конкурентоспроможності: створення, вдосконалення і підтримка туристичного продукту, розбудова простору туристичної дестинації, розвиток інфраструктури, промоція, підсилення спроможності людських ресурсів й активізація підприємництва, інституалізація туристичного сектору.

Концептуальна модель конкурентоспроможності дестинації. Індекс конкурентоспроможності подорожей та туризму (ТТСІ). Існуюча, реально досяжна і потенційна конкурентоспроможність глокальних туристичних дестинацій світу.

Взаємозв'язок конкуренції та економічної координації суб'єктів туристичного ринку.

Методи оцінювання конкурентоспроможності та фактори привабливості глокальних туристичних дестинацій світу. Інтегральний показник конкурентоспроможності глокальних туристичних дестинацій світу. Потенційна туристична привабливість. Реальна туристична привабливість. Теорія «економіки участі», саморегулювання.

Напрями підвищення конкурентоспроможності глокальних туристичних дестинацій світу.

Список рекомендованих джерел:

Основний: [3; 4;11;25;28;31;35;36]

Додатковий: [3;7;10;12;14]

Інтернет-ресурси: [1;2;3;12;15]

Тема 11. Використання SMART-технологій для функціонування та розвитку глокальних світових туристичних дестинацій.

Уточнення категорійного апарату сфери SMART-дестинацій: SMART-туристська компанія/фірма; SMART турист; SMART процес; SMART-дестинація. Елементи та учасники SMART-дестинації. Структура SMART-дестинації.

Суть концепції smart-дестинації: головні характеристики та функції. Функціональні можливості глокальних туристичних концепцій smart-дестинації. Розмежування електронного та smart-туризму.

Особливості створення розумних туристичних дестинацій на основі філософії сталого розвитку: компоненти та технології.

Аналіз впровадження Smart-рішень у туризмі різних регіонів та країн для визначення кращих практик та виявлення можливих труднощів.

Розробка міжнародних стандартів та рекомендацій щодо впровадження Smart-рішень у туризмі для забезпечення їхньої ефективності та стабільності.

Переваги та проблеми використання концепцій smart в туристичному бізнесі. Вплив концепцій smart на традиційні канали збуту туристичного

продукту. Перспективи туристичних дестинацій в умовах конкуренції з електронними каналами збуту.

Список рекомендованих джерел:

Основний: [1;5;10;11;15;17;19;21;25;29]

Додатковий: [2;4;6;10;14;17]

Інтернет-ресурси: [1;2;3;12;15]

Тема 12. Організаційні питання процесу формування репутації глокальних туристичних дестинацій на світовій арені.

Визначення репутаційного менеджменту туристичної дестинації та процес формування для національної дестинації. Оцінювання та показники ефективності репутаційного менеджменту туристичної дестинації.

Параметри репутації. Створення інформаційної основи репутації. Технології управління діловою репутацією туристичної дестинації.

Ризики репутаційного менеджменту, їх оцінювання та методи усунення. Побудова системи репутаційного менеджменту світової туристичної дестинації на засадах функціонального підходу.

Ринкові, корпоративні та соціальні компоненти репутації. Репутаційні рейтинги та їх особливості. Принципи формування репутаційних рейтингів.

Стратегія формування та підтримки репутації туристичної дестинації. Захист репутації та антикризові дії. Антикризові дії як інструмент захисту репутації. Управління репутаційними ризиками. Технології PR в умовах кризи. Аналіз ефективності репутаційного маркетингу. Коригування просування.

Сутність управління конфліктом і його діагностика. Поняття «управління конфліктом». Процес діагностики конфлікту. Картографічний аналіз конфлікту. Технології регулювання конфліктів.

Алгоритм управління конфліктом. Управлінське рішення в конфліктних ситуаціях.

Список рекомендованих джерел:

Основний: [1;3;10;17;18;19;21;23;25;28;30;32]

Додатковий: [3;6;7;10;15]

Інтернет-ресурси: [1;2;3;12;15]

Тема 13. Діджиталізація процесів формування та розвитку глокалізаційних туристичних дестинацій світу.

Сутність категорії «діджитал-технологій» та її основних складових. Дослідження можливостей цифровізації індустрії туризму та обґрунтування необхідності використання інтернет-технологій для розвитку глокалізаційних дестинацій світу.

Визначення ключових напрямків діджиталізації туристичних дестинацій в епоху цифрової економіки.

Напрямки діджиталізації бізнес-процесів у туристичних дестинаціях на різних рівнях управління та бенчмаркінг традиційних і діджитал інструментів у просуванні товарів/послуг.

Список рекомендованих джерел:

Основний: [1;5;11;12;13;14;15;17;20;25;28;30;34;36]

Додатковий: [2;5;7;17]

Інтернет-ресурси: [1;2;12;15;19]

4. Структура залікового кредиту навчальної дисципліни «Глокалізація світових туристичних дестинацій»

(денна форма навчання)

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	лекції	практичні заняття	самостійна робота	тренінг	індивідуальна робота	контрольні заходи
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ГЛОКАЛЬНИХ СВІТОВИХ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ						
Тема 1. Сутність, класифікаційні критерії та специфічні ознаки передумов розвитку глокальних світових туристичних дестинацій.	2	2	6			Опитування, тестування (в.т.ч. в elearn), дискусії, презентації
Тема 2. Туристичні ресурси як формоутворюючий елемент світових туристичних дестинацій	2	2	6		2	Виконання ситуаційних та практичних завдань, тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії
Тема 3. Характеристика рівнів інфраструктурного забезпечення глокальних світових туристичних дестинацій та особливості управління ними.	2	2	6			Виконання ситуаційних та практичних завдань, тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії
Тема 4. Сегментні особливості становлення інтеграційних процесів у розвитку глокальних світових туристичних дестинацій.	2	2	6			Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії. Практичні завдання Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn)
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ СПЕЦИФІКИ УПРАВЛІННЯ ГЛОКАЛЬНИМИ СВІТОВИМИ ТУРИСТИЧНИМИ ДЕСТИНАЦІЯМИ						
Тема 5. Механізм створення і	2	2	6			Тестування

функціонування туристичних стратегічних альянсів та їх місце у системі глокальних дестинацій світу.						(в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії Практичні завдання Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn)
Тема 6. Формування кластерного підходу у стратегічному управлінні туристичними дестинаціями світу: складові та критерії формування.	2	2	8			Тестування та індивід.завдання опитування, практичні
Тема 7. Дослідження розвитку територіального маркетингу туристичних світових дестинацій та вибір альтернативних стратегій для успішних практик.	2	2	8	4		Тестування та індивід.завдання опитування, практичні
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ АТРАКТИВНОСТІ ТА ПОТЕНЦІАЛУ СВІТОВИХ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ						
Тема 8. Вивчення концепції бренд-менеджменту у розвитку глокальних туристичних світових дестинацій та оцінка їх стратегічного потенціалу.	2	2	6		2	Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії Практичні завдання Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn)
Тема 9. Досвід функціонування провідних туристичних дестинацій світу та аналіз їх ресурсного потенціалу: кращі практики.	4	4	8	2		Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, представлення розробленої концепції туристичної дестинації
Тема 10. Основні чинники формування конкурентоспроможності в туризмі на рівні глокальних світових дестинацій.	2	2	8			Тестування та індивід.завдання опитування, практичні
Тема 11. Використання SMART-технологій для функціонування та розвитку глокальних світових туристичних дестинацій.	2	2	6	2		Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії Практичні завдання Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn)
Тема 12. Організаційні питання процесу	2	2	6			Тестування (в.т.ч. в elearn),

формування репутації глокальних туристичних дестинацій на світовій арені.						Опитування, дискусії Ситуаційні завдання, практичні завдання Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn)
Тема 13. Діджиталізація процесів формування та розвитку глокалізаційних туристичних дестинацій світу.	2	2	6			Тестування (в.т.ч. в elearn), Опитування, дискусії Ситуаційні завдання, практичні завдання
Разом	30	30	78	8	4	

(заочна форма навчання)

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин		
	лекції	практичні заняття	самостійна робота
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ГЛОКАЛЬНИХ СВІТОВИХ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ			
Сутність, класифікаційні критерії та специфічні ознаки передумов розвитку ознаки глокалізаційних світових туристичних дестинацій.	2		10
Туристичні ресурси як формоутворюючий елемент світових туристичних дестинацій			10
Характеристика рівнів інфраструктурного забезпечення глокальних світових туристичних дестинацій та особливості управління ними.		2	12
Сегментні особливості становлення інтеграційних процесів у розвитку глокальних світових туристичних дестинацій.			10
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ СПЕЦИФІКИ УПРАВЛІННЯ ГЛОКАЛЬНИМИ СВІТОВИМИ ТУРИСТИЧНИМИ ДЕСТИНАЦІЯМИ			
Механізм створення і функціонування туристичних стратегічних альянсів та їх місце у системі глокальних дестинацій світу.			12
Формування кластерного підходу у стратегічному управлінні туристичними дестинаціями світу: складові та критерії формування.			12
Дослідження розвитку територіального маркетингу туристичних світових дестинацій та вибір альтернативних стратегій для успішних практик.	2		12
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ АТРАКТИВНОСТІ ТА ПОТЕНЦІАЛУ СВІТОВИХ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ			
Вивчення концепції бренд-менеджменту у розвитку глокальних туристичних світових дестинацій та оцінка їх стратегічного потенціалу.			12
Досвід функціонування провідних туристичних дестинацій світу та аналіз їх ресурсного потенціалу: кращі практики.			10
Основні чинники формування конкурентоспроможності в туризмі на рівні глокальних світових дестинацій.	2		12

Використання SMART-технологій для функціонування та розвитку глокальних світових туристичних дестинацій.	2		12
Організаційні питання процесу формування репутації глокальних туристичних дестинацій на світовій арені.			12
Діджиталізація процесів формування та розвитку глокалізаційних туристичних дестинацій світу.		2	12
Разом	8	4	138

5. Тематика практичних занять з навчальної дисципліни «глокалізація світових туристичних дестинацій»

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ГЛОКАЛЬНИХ СВІТОВИХ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

Практичне заняття №1

Тема 1. Сутність, класифікаційні критерії та специфічні ознаки передумов розвитку глокалізації світових туристичних дестинацій.

Мета практичного: формування сучасного мислення та спеціальних знань щодо економічної термінології, яка використовується для позначення глобальної локалізації – глобального світогляду, пристосованих до локальних умов; ознайомлення з сутністю, поняттям та особливостями сучасних підходів до визначення поняття «туристична дестинація»; пояснення базових концепцій до вивчення структури та механізмів управління туристичними дестинаціями різного масштабу на засадах стійкого розвитку.

Методика проведення практичного заняття №1

Види навчальних робіт	Закріплення отриманих знань	Кількість годин
1. Практичне завдання		0,5
2. Ситуаційне завдання		0,5
3. Семінар	Опитування (тема 1)	0,5
4. Розв'язування тестів	Тестування	0,5
Всього		2

Питання для обговорення:

Поняття та підходи до розуміння процесів глокалізації. Основні терміни та визначення. Суперечності та особливості становлення глокалізаційних процесів та їх внесок у розвиток туризму. Компонентна структура туристичної дестинації. Підходи до вивчення та визначення поняття «туристична дестинація».

Література:

Основна: [2;10;11;15;17;19;23;25;33]

Додаткова: [3;7;9;12;13]

Інтернет-ресурси: [1;2;13]

Практичне заняття №2

Тема 2. Туристичні ресурси як формоутворюючий елемент світових туристичних дестинацій.

Мета практичного: формування умінь застосовувати одержані знання щодо основних закономірностей до управління туристичним процесом у світових туристичних дестинаціях, туристичному підприємстві на різних ієрархічних рівнях; набуття умінь та формування компетенцій, необхідних для організації процесу обслуговування споживачів туристичних послуг.

Методика проведення практичного заняття №2

Види навчальних робіт	Закріплення отриманих знань	Кількість годин
1. Практичне завдання		0,5
2. Ситуаційне завдання		0,5
3. Семінар	Опитування (тема 2)	0,5
4. Розв'язування тестів	Тестування	0,5
Всього		2

Питання для обговорення: Сутність і класифікація туристичних ресурсів. Інфраструктура туристичної дестинації. Туристичний потенціал та підходи до його вивчення. Методика визначення цільових сегментів глокалізаційних процесів у туристичних дестинаціях світу та особливості відбору їх території в якості потенційної.

Література:

Основна: [2;10;11;15;17;21;24]

Додаткова: [3;6;7;8;9;14]

Інтернет-ресурси: [1;2;13;15;16]

Практичне заняття №3

Тема 3. Характеристика рівнів інфраструктурного забезпечення глокальних світових туристичних дестинацій та особливості управління ними.

Мета практичного: закріплення і вдосконалення знань, умінь і навиків щодо правових аспектів у функціонуванні світових туристичних дестинацій; розширення і поглиблення навичок – soft skills, які допомагають досягти успіху в управлінні туристичними дестинаціями.

Методика проведення практичного заняття №3

Види навчальних робіт	Закріплення отриманих знань	Кількість годин
1. Практичне завдання		0,5
2. Ситуаційне завдання		0,5
3. Семінар	Опитування (тема 3)	0,5
4. Розв'язування тестів	Тестування	0,5
Всього		2

Питання для обговорення:

Структурно-функціональний аналіз управлінського механізму у туристичних дестинацій світу та специфічні вимоги, які вибудовують організаційні зв'язки між ними. Туристичні формальності та правові аспекти функціонування світових туристичних дестинацій. Функції світових туристичних дестинацій, їх вплив на сталий розвиток та інтегроване управління

Література:

Основна: [1;4;5;10;11;15;16;18;20;21;25]

Додаткова: [4;7;8;9;12;15]

Інтернет-ресурси: [1;2;3;12]

Практичне заняття №4

Тема 4. Сегментні особливості становлення інтеграційних процесів у розвитку глокальних світових туристичних дестинацій.

Мета практичного: засвоєння та розширення знань та навичок щодо особливостей становлення інтеграційних процесів у розвитку дестинацій у світовій туристичній галузі; вироблення умінь, які ґрунтуються на розробці дієвих механізмів організації туристичного бізнесу в межах певної дестинації.

Методика проведення практичного заняття №4

Види навчальних робіт	Закріплення отриманих знань	Кількість годин
1. Практичне завдання		0,5
2. Ситуаційне завдання		0,5
3. Семінар	Опитування (тема 4)	0,5
4. Розв'язування тестів	Тестування	0,5
Всього		2

Питання для обговорення:

Загальна характеристика та особливості інтеграційних процесів у розвитку глокальних світових туристичних дестинацій. Провідні механізми, що визначають мережеві форми кооперації в глокальних туристичних дестинаціях світу. Сутність та принципові особливості стратегічних альянсів як форми співпраці в глокальних туристичних дестинаціях світу.

Література:

Основна: [1;2;3;10;16;20;21;25;27;29;33]

Додаткова: [4;7;9;12;16]

Інтернет-ресурси: [1;2;3;12;15]

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ СПЕЦИФІКИ УПРАВЛІННЯ ГЛОКАЛЬНИМИ СВІТОВИМИ ТУРИСТИЧНИМИ ДЕСТИНАЦІЯМИ

Практичне заняття №5

Тема 5. Механізм створення і функціонування туристичних стратегічних альянсів та їх місце у системі глокальних дестинацій світу.

Мета практичного: формування та закріплення знань щодо вирішення складних спеціалізованих задач та практичних проблем у сфері менеджменту туристичних дестинацій світу; розширення і поглиблення одержаних знань з питань створення і функціонування стратегічних альянсів, визначення основних учасників глокальних туристичних дестинацій світу.

Методика проведення практичного заняття №5

Види навчальних робіт	Закріплення отриманих знань	Кількість годин
1. Практичне завдання		0,5
2. Ситуаційне завдання		0,5
3. Семінар	Опитування (тема 5)	0,5
4. Розв'язування тестів	Тестування	0,5
Всього		2

Питання для обговорення:

Роль стратегічного планування у розвитку глокальних світових туристичних дестинацій. Складові основних етапів стратегічного планування в галузі туризму та їх вплив на розвиток глокальних світових дестинацій. Сучасні методики оцінки стратегічного планування дестинацій з огляду ефективності їх розвитку. Ефективність управління глокальними туристичними дестинаціями світу.

Література:

Основна: [1;10;13;19;20;25;30;34]

Додаткова: [4;5;;7;11;16]

Інтернет-ресурси: [1;2;3;12;15]

Практичне заняття №6

Тема 6. Формування кластерного підходу у стратегічному управлінні туристичними дестинаціями світу: складові та критерії формування.

Мета практичного: закріплення і вдосконалення знань та навиків щодо планування, формування й розвитку концепції кластеризації в глокальних туристичних дестинаціях; продовження вивчення та аналізування одержаних вмінь у створенні туристичного кластеру, управління його розвитком у глокальних дестинаціях світу.

Методика проведення практичного заняття №6

Види навчальних робіт	Закріплення отриманих знань	Кількість годин
1. Практичне завдання		0,5
2. Ситуаційне завдання		0,5
3. Семінар	Опитування (тема 6)	0,5
4. Розв'язування тестів	Тестування	0,5

Всього		2
--------	--	---

Питання для обговорення:

Процедура створення туристичного кластеру та управління його розвитком у глокальних дестинаціях світу. Класифікація туристичних кластерних утворень та стадії їх розвитку у глокалізаційних дестинаціях світу. Передумови та характерні ознаки алгоритму формування туристичного кластера у глокальних дестинаціях світу. Форми взаємодії туристичних кластерів з відповідними представницькими органами у світовій практиці.

Література:

Основна: [1;2;5;8;9;11;15;16;20;25;27;30]

Додаткова: [4;7;11;12;15;16]

Інтернет-ресурси: [1;2;3;12;15]

Практичне заняття №7

Тема 7. Дослідження розвитку територіального маркетингу туристичних світових дестинацій та вибір альтернативних стратегій для успішних практик.

Мета практичного: визначення основних відомостей про особливості територіального маркетингу та формування вмій й практичних навичок з створення та розвитку регіональних маркетингових програм розвитку світових туристичних дестинацій; опанування маркетинговими технологіями просування туристичних дестинацій і наявних ресурсів, які визначають потенційні цільові сегменти.

Методика проведення практичного заняття №7

Види навчальних робіт	Закріплення отриманих знань	Кількість годин
1. Практичне завдання		0,5
2. Ситуаційне завдання		0,5
3. Семінар	Опитування (тема 7)	0,5
4. Розв'язування тестів	Тестування	0,5
Всього		2

Питання для обговорення:

Специфіка та особливості використання в туристичних дестинаціях світу політики маркетингу. Формування територіальної маркетингової стратегії туристичних світових дестинацій. Особливості політики маркетингових комунікацій у світових туристичних дестинаціях.

Література:

Основний: [1;6;7;14;15;19;20;22;25;30;36]

Додатковий: [6;7;9;10;16]

Інтернет-ресурси: [1;2;3;12;15]

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3.
МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ
АТРАКТИВНОСТІ ТА ПОТЕНЦІАЛУ СВІТОВИХ ТУРИСТИЧНИХ
ДЕСТИНАЦІЙ

Практичне заняття №8

Тема 8. Вивчення концепції бренд-менеджменту у розвитку глокальних туристичних світових дестинацій та оцінка їх стратегічного потенціалу.

Мета практичного: ознайомлення з особливостями, основними поняттями та категоріями брендингу територій і дестинацій; розширення теоретичних знань, вмінь та практичних навичок у питаннях ролі брендінг-стратегій, тенденцій їх формування та організації інституційного регулювання розвитку глокальних світових туристичних дестинацій.

Методика проведення практичного заняття №8

Види навчальних робіт	Закріплення отриманих знань	Кількість годин
1. Практичне завдання		0,5
2. Ситуаційне завдання		0,5
3. Семінар	Опитування (тема 8)	0,5
4. Розв'язування тестів	Тестування	0,5
Всього		2

Питання для обговорення:

Обґрунтування сутності бренду туристичної дестинації та аналіз особливостей формування споживчої поведінки туристів у світових дестинаціях. Ключові фактори формування неформалізованих та формалізованих брендів у глокальних туристичних світових дестинаціях. Алгоритм створення та просування карт-системи у формуванні турпродукту глокальних світових дестинацій.

Література:

Основна: [3;6;7;10;15;20;25;31;34]

Додаткова: [2;4;10;12;14;16]

Інтернет-ресурси: [1;2;3;12;15]

Практичне заняття №9

Тема 9. Досвід функціонування провідних туристичних дестинацій світу та аналіз їх ресурсного потенціалу: кращі практики.

Мета практичного: узагальнення накопичених знань в період вивчення дисципліни, створення цілісної уяви про світові туристичні дестинації; формування навичок у питаннях створення ефективних управлінських інституцій, до компетенції яких належить туристична дестинація; набуття вмінь

здійснювати моніторинг, аналіз, оцінку діяльності провідних туристичних дестинацій світу та їх ресурсного потенціалу.

Методика проведення практичного заняття №9

Види навчальних робіт	Закріплення отриманих знань	Кількість годин
1. Практичне завдання		0,5
2. Ситуаційне завдання		1
3. Семінар	Опитування (тема 9)	1
4. Розв'язування тестів	Тестування	0,5
Всього		4

Питання для обговорення:

Загальна характеристика найбільш успішних туристичних дестинацій світу їх критерії та рівні. Організація сталого розвитку туристичних дестинацій Європи та технологія залучення нових об'єктів в її екскурсійну сферу. Особливості й інструменти розвитку туристичних рекреаційних дестинацій Американського регіону. Дослідження факторів розвитку туристично-рекреаційних дестинацій в африканському континенті. Формування рекреаційних дестинацій і центрів туризму в Азії, Австралії й Океанії та на Близькому Сході.

Література:

Основна: [2; 4;10;16;20;21;27;31;32]

Додаткова: [3;7;9;10;14]

Інтернет-ресурси: [1;2;3;12;15]

Практичне заняття №10

Тема 10. Основні чинники формування конкурентоспроможності в туризмі на рівні глокальних світових дестинацій.

Мета практичного: поглиблення теоретико-методичних знань щодо основних чинників формування конкурентоспроможної туристичної дестинації; набуття умінь оцінювати позиції туристичної дестинації на глокальному ринку і розвивати свої конкурентні переваги шляхом втілення ефективних стратегій з конкурентоспроможності.

Методика проведення практичного заняття №10

Види навчальних робіт	Закріплення отриманих знань	Кількість годин
1. Практичне завдання		0,5
2. Ситуаційне завдання		0,5
3. Семінар	Опитування (тема 10)	0,5
4. Розв'язування тестів	Тестування	0,5
Всього		2

Питання для обговорення:

Сутність і специфіка складових конкуренції та конкурентних переваг у туризмі. Аналіз бізнес-клімату та особливостей забезпечення конкурентоспроможності дестинацій на світовому туристичному ринку послуг. Методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності та привабливості глокальних туристичних дестинацій світу.

Література:

Основна: [3; 4;11;25;28;31;35;36]

Додаткова: [3;7;10;12;14]

Інтернет-ресурси: [1;2;3;12;15]

Практичне заняття №11

Тема 11. Використання SMART-технологій для функціонування та розвитку глокальних світових туристичних дестинацій.

Мета практичного: ознайомлення з найбільш дієвими механізмами регіональних взаємовідносин, що формують комплекс SMART-туризму; дослідження та визначення учасників SMART-туризму; з'ясування змісту основних концептів SMART-туризму та SMART-дестинацій; вивчення основних аспектів використання SMART-технологій та перешкод на шляху розбудови у туристичних центрах Європи та світу.

Методика проведення практичного заняття №11

Види навчальних робіт	Закріплення отриманих знань	Кількість годин
1. Практичне завдання		0,5
2. Ситуаційне завдання		0,5
3. Семінар	Опитування (тема 11)	0,5
4. Розв'язування тестів	Тестування	0,5
Всього		2

Питання для обговорення:

Структурно-функціональні особливості категорії smart-дестинації в туристичній галузі. Локалізація vs глокалізація: процеси формування туристичних дестинацій та місце в них цифрових технологій. Досвід створення розумних дестинацій та головні перешкоди на шляху їх розбудови у туристичних центрах Європи та світу.

Література:

Основна: [1;5;10;11;15;17;19;21;25;29]

Додаткова: [2;4;6;10;14;17]

Інтернет-ресурси: [1;2;3;12;15]

Практичне заняття №12

Тема 12. Організаційні питання процесу формування репутації глокальних туристичних дестинацій на світовій арені.

Мета практичного: формування необхідної сукупності теоретичних та практичних знань з репутаційного менеджменту туристичних дестинацій та розвитку їх на глокальній світовій арені; вивчення основних питань клієнтоорієнтованого управління та проявів конфліктності (конфліктогенності) при введенні туристичного бізнесу на світовій арені.

Методика проведення практичного заняття №12

Види навчальних робіт	Закріплення отриманих знань	Кількість годин
1. Практичне завдання		0,5
2. Ситуаційне завдання		0,5
3. Семінар	Опитування (тема 12)	0,5
4. Розв'язування тестів	Тестування	0,5
Всього		2

Питання для обговорення:

Сутність та характерні ознаки репутаційного менеджменту туристичної дестинації. Ключові завдання клієнтоорієнтованого управління глокальними туристичними дестинаціями та ролі в них інструментарію CROWD-маркетингу (формування репутації). Виявлення та нівелювання проявів конфліктності (конфліктогенності) при введенні туристичного бізнесу на світовій арені. Діапазон можливих виходів із конфлікту у туристській сфері. Наслідки конфліктів.

Література:

Основна: [1;3;10;17;18;19;21;23;25;28;30;32]

Додаткова: [3;6;7;10;15]

Інтернет-ресурси: [1;2;3;12;15]

Практичне заняття №13

Тема 13. Діджиталізація процесів формування та розвитку глокалізаційних туристичних дестинацій світу.

Мета практичного: поглиблення, розширення, закріплення теоретичних умінь, навичок та необхідних компетенцій з питань наявності і використання цифрових інструментів в розвитку туристичних дестинацій; оволодіння новітніми цифровими продуктами в сучасній індустрії туризму; отримання навиків покращення репутаційного менеджменту туристичної дестинації.

Методика проведення практичного заняття №13

Види навчальних робіт	Закріплення отриманих знань	Кількість годин
1. Практичне завдання		0,5
2. Ситуаційне завдання		0,5
3. Семінар	Опитування (тема 13)	0,5
4. Розв'язування тестів	Тестування	0,5
Всього		2

Питання для обговорення:

Сучасний стан розвитку діджиталізації в контексті віртуалізації діяльності глокалізаційних туристичних дестинацій світу. Етапи моніторингового дослідження цифрових технологій у глокалізаційних туристичних дестинаціях світу з урахуванням особливостей функціонування та розвитку. Діджиталізація брендингу глокалізаційних туристичних дестинацій світу.

Література:

Основна: [1;5;11;12;13;14;15;17;20;25;28;30;34;36]

Додаткова: [2;5;7;17]

Інтернет-ресурси: [1;2;12;15;19]

6. Організація і проведення тренінгу навчальної дисципліни «Глокалізація світових туристичних дестинацій»

Метою проведення тренінгу з навчальної дисципліни «Глокалізація світових туристичних дестинацій» є поглиблення та засвоєння майбутніми фахівцями з туризму спеціальних знань про туристичні дестинації, а також прикладних вмінь, методології й практичних навичок аналізу дестинацій крізь призму їх туристичної привабливості та сталого розвитку.

Очікуваний результат від навчального тренінгу:

- посилення конкурентоздатності та привабливості туристичної інфраструктури шляхом використання ефективної стратегії розвитку глокальних дестинацій;
- навчання майбутніх фахівців з туризму приймати ефективні рішення у сфері управління туристичними дестинаціями, зокрема здійснювати комплексний аналіз геопросторової організації туристичного процесу та розробляти і реалізовувати проекти, які виступлять дорожньою картою для туристичної галузі регіону в контексті загального соціально-економічного прогресу та екологічного благополуччя.

Успішне проходження тренінгу сприяє посиленню практичної спрямованості у підготовці фахівців за ступенем вищої освіти «бакалавр». Тривалість навчального тренінгу: 8 год.

ПЛАН-СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОГО ТРЕНІНГУ

Зміст	Методи
1. Презентація учасників - представлення учасників та тренера - актуальність тренінгу - цілі тренінгу з точки зору учасників - форми роботи на тренінгу - організаційні моменти - правила взаємодії - знайомство	<i>Знайомство Збір очікувань Правила взаємодії Проблемна дискусія</i>

	<ul style="list-style-type: none"> - матеріали учасникам - система комунікацій на тренінгу - узгодження понять тренінгу - мотивація 	
Туристична дестинація як елемент системи туризму	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сучасні підходи до визначення поняття «туристична дестинація». 2. Складові елементи дестинації. 4. Класифікація видів дестинацій 	<p style="text-align: center;"><i>Міні-лекція.</i></p> <p>Доповідь/презентація на тему: «Особливості формування та розвитку дестинацій на світовому туристичному ринку»</p> <p>Практична робота:</p> <ul style="list-style-type: none"> - розглянути та навести приклади відомих туристичних дестинацій; - визначити за даними статистичних бюлетенів ЮНВТО, на які туристичні регіони ЮНВТО поділяє світ. Встановити частку цих регіонів на світовому ринку туризму за показником міжнародних туристичних прибуттів (International tourist arrivals) у чисельності осіб. <p style="text-align: center;">Проблемна дискусія</p> <ul style="list-style-type: none"> - обговорення кейсів
Туристичні ресурси як формують елемент глокальних світових туристичних дестинацій	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність і класифікація світових туристичних ресурсів 2. Інфраструктура глокальних туристичних дестинацій. 3. Світовий туристичний потенціал та підходи до його вивчення 4. Методика визначення, аналізу та відбору території в якості. 	<p style="text-align: center;"><i>Міні-лекція</i></p> <p>Доповідь/презентація на тему: «Загальна характеристика становлення і розвитку глокальних туристичних дестинацій»</p> <p>Практична робота:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обрати потенційну територію для її аналізу і оцінки як глокальної туристичної дестинації. Дати характеристику законодавчої бази розвитку управління обраною туристичною дестинацією. <p style="text-align: center;">Проблемна дискусія</p> <ul style="list-style-type: none"> - обговорення кейсів
Приклади розвитку глокальних світових дестинацій за видами туризму	<ol style="list-style-type: none"> 1. Особливості діяльності організацій з управління глокальними туристичними дестинаціями національного рівня 2. Правовий статус, фінансування і структура організацій з управління глокальними світовими туристичними дестинаціями 3. Особливості інтеграційних процесів у розвитку світових туристичних дестинацій 	<p style="text-align: center;"><i>Міні-лекція</i></p> <p>Доповідь/презентація на тему: «Характеристика базових концепцій і підходів до діяльності глокальних світових дестинацій за видами туризму»</p> <p>Практична робота:</p> <ul style="list-style-type: none"> - провести письмовий аналіз світової туристичної (за різною тематикою) регіоналізації. - на вибір описати одну з туристичних дестинацій, інноваційну туристичну діяльність у

		його межах (продуктові, сервісні, технологічні, управлінські, маркетингові інновації). Проблемна дискусія - обговорення кейсів
Конкурентоспроможність глокальних світових 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 3. Напрями підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій	<i>Міні-лекція</i> Практична робота: - здійснити оцінку конкурентоспроможності та привабливості глокальних світових туристичних дестинацій; - складання SWOT-аналіз обраних туристичних дестинацій (корисним інструментом на стадії аналізу є метод оцінки сильних сторін, слабких сторін, можливостей та загроз); Проблемна дискусія - обговорення кейсів
Робота в групах. Підведення підсумків тренінгу	Заключне слово учасників тренінгу - оцінювання знань та навичок	Доповідь/презентація Анкетування
Оцінка за завдання з тренінгу (4 завдання по 25 балів)		

7. Самостійна робота студентів

Організація самостійної роботи студентів вимагає особливої уваги, тому, що частина питань, кожної теми виноситься на самостійне вивчення студентами. Самостійна робота студента забезпечується системою навчально-методичних засобів, передбачених кафедрою для вивчення навчальної дисципліни. Методичні матеріали передбачають можливість проведення самоконтролю (питання, тестування) з боку студента. Самостійна робота над засвоєнням дисципліни може виконуватися у читальних залах університету, навчальних кабінетах та комп'ютерних лабораторіях, в домашніх умовах.

Завдання самостійної роботи включають альтернативні завдання, серед яких студент на власний розсуд обирає конкретні завдання з тим, щоб набрати необхідну кількість балів.

Поточні консультації студентів з питань виконання завдань самостійної роботи студентів та підведення результатів з певних видів робіт здійснюються під час планових занять.

Результати самостійної роботи студентів можуть бути опубліковані в спеціалізованих студентських або наукових, науково-методичних виданнях вищого навчального закладу, апробовані на науково-практичних студентських конференціях.

Перелік завдань для поглибленого вивчення дисципліни та рекомендації до організації самостійної роботи

(завдання складаються з двох блоків: групових та індивідуальних)

Групові завдання для самостійного опрацювання

- Розробка та презентація цифрового міні проєкту «Створення ефективних ДМО для туристичного розвитку територій».
- Написання та рольове представлення доповіді/презентації з проблематики розвитку туристичних дестинацій та відповідального управління ними
- Розробка та проведення вікторини з дисципліни «Глокалізація світових туристичних дестинацій»

Індивідуальні завдання для самостійного опрацювання

- Підготувати повідомлення-презентацію про туристичні ресурси однієї країни (на вибір).
- Підготувати реферат/презентацію на тему: «Історичні особливості розвитку світових туристичних дестинацій».
- Підготувати доповіді/презентації на теми (за вибором):

Загальне поняття та особливості розвитку туристичних дестинацій світу. Сутність та значення глокалізації у розвитку туристичних дестинацій світу. Вплив міжнародної інтеграції на розвиток глокальних ринків туристичних дестинацій.

- Підготувати доповідь/презентацію на тему: «Загальна характеристика сучасного світових туристичних дестинацій та регіональні ознаки їх розвитку» (за вибором студента).
- Охарактеризувати основні етапи моніторингового дослідження конкретної світової туристичної дестинації. Результати самостійної роботи представити у вигляді презентації (15-20 слайдів).
- Підготувати доповідь/презентацію про технологію формування туристичного кластера; напрями підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій (обсяг – 12-15 слайдів).
- Підготувати доповідь/презентацію про різні дестинації світу (спортивну, гірськолижну, ділову, конгресово-виставкову, фестивальну, лікувальну і оздоровчу, релігійну) (за вибором студента).
- Підготувати реферат на тему: «Особливості споживання туристичних послуг у глокальних світових дестинаціях» (за вибором студента).
- Підготувати доповідь/презентацію на тему: «Правовий статус, фінансування і структура організацій з управління туристичними дестинаціями» (за вибором студента).
- Підготувати доповідь/презентацію на тему: «Наявність зв'язку між показниками рівня цифровізації та стану розвитку глокальних світових туристичних дестинацій».
- Підготувати доповідь/презентацію на тему: «Цифровізація менеджменту національної туристичної дестинації та відповідні моделі репутаційних тактик» (за вибором студента).

визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час занять	визначається за теоретичні питання (2 пит.) – макс. 50 балів; розрахункова задача (1 задача) – макс.50 балів	визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час занять	визначається за теоретичні питання (2 пит.) – макс. 60 балів; задача (1 задача) – макс.40 балів	визначається за завдання з тренінгу (4 завдання по 25 балів)	визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час вивчення дисципліни за самостійну роботу (реферат, есе)	визначається за теоретичні питання (2 пит.) – макс. 50 балів; за тестові завдання (10 тестів по 2 бали за тест) – макс. 20 балів; за виконання розрахункової задачі (1 задача) – макс.30 балів
--	--	--	---	--	---	--

Форми і критерії оцінювання

Поточне опитування під час заняття:

90–100 балів – у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно, самостійно та аргументовано його викладає під час відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань, тестових та практичних завдань.

75–89 балів – достатньо повно володіє навчальним матеріалом, але на додаткові контрольні запитання відсутня повна відповідь, при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.

60–74 бали – в цілому володіє навчальним матеріалом та викладає його основний зміст, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки, відповіді на запитання нечіткі.

1–59 балів – не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, фрагментарно (без аргументації та обґрунтування) його викладає, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.

Підсумкова оцінка за поточне опитування кожного модуля визначається як середнє арифметичне оцінок, отриманих під час занять в межах кожного модуля.

Модульний контроль:

90–100 балів – у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань, тестових та практичних завдань.

75–89 балів – достатньо повно володіє навчальним матеріалом, але на додаткові контрольні запитання відсутня повна відповідь, при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.

60–74 бали – в цілому володіє навчальним матеріалом та викладає його основний зміст, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки, відповіді на запитання нечіткі.

1–59 балів – не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, фрагментарно (без аргументації та обґрунтування) його викладає, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.

Самостійна робота:

90–100 балів – зміст виконаного здобувачем завдання для самостійної роботи повністю відповідає встановленим вимогам, містить елементи самостійного дослідження, а під час презентації результатів виконаного завдання здобувач демонструє знання і розуміння теми, викладає матеріал у логічній послідовності, показує уміння аналізувати і узагальнювати теоретичний і практичний матеріал та високий рівень підготовки презентації.

75–89 балів – зміст виконаного здобувачем завдання для самостійної роботи в основному відповідає встановленим вимогам, можуть бути несуттєві неточності, здобувач презентує матеріал у логічній послідовності, робить певні узагальнення і висновки, але на додаткові контрольні запитання відсутня повна відповідь, не наводить практичних прикладів у контексті тематичного теоретичного матеріалу або допускається незначних помилок у формулюванні понять, розрахунках при розв'язанні практичних завдань, презентація роботи при цьому має незначні недоліки як за змістом, так і за оформленням.

60–74 бали – у виконаному здобувачем завданні для самостійної роботи на недостатньому рівні висвітлено проблему, яка досліджувалася, логічного не завершений аналіз і оцінка стану об'єкту дослідження; наведені авторські пропозиції і рекомендації є загальними (без урахування особливостей об'єкту дослідження) і недостатньо обґрунтованими; здобувач припускається значних помилок у розрахунках при розв'язанні практичних завдань роботи; матеріал презентує фрагментарно, без логічної послідовності, відповіді на запитання нечіткі, презентація роботи при цьому має значні недоліки як за змістом, так і за оформленням.

1–59 балів – зміст виконаного здобувачем завдання для самостійної роботи не розкрито, оформлення і презентація роботи не відповідає

встановленим вимогам, відповіді на запитання відсутні, неточні або неповні, не наведені шляхи вирішення проблеми або вони не обґрунтовані та випадкові.

Підсумкова оцінка за самостійну роботу визначається як середнє арифметичне оцінок, отриманих за виконання самостійної роботи під час вивчення дисципліни.

Тренінг:

90–100 балів – у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст завдань тренінгу.

75–89 балів – достатньо повно володіє навчальним матеріалом, але на додаткові контрольні запитання відсутня повна відповідь, при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.

60–74 бали – в цілому володіє навчальним матеріалом та викладає його основний зміст, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки, відповіді на запитання нечіткі.

1–59 балів – не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, фрагментарно (без аргументації та обґрунтування) його викладає, недостатньо розкриває зміст завдань тренінгу, допускаючи при цьому суттєві неточності.

Підсумкова оцінка за тренінг визначається як середнє арифметичне оцінок, отриманих під час виконання різних завдань тренінгу.

Екзамен – вид підсумкового контролю, при якому засвоєння студентом теоретичного та практичного матеріалу оцінюється від 0 до 100 балів як сума балів за виконані завдання. Екзаменаційний білет складається із:

двох теоретичних (проблемних) питань: 1 теоретичне питання, за відповідь на яке студент може отримати від 0 до 30 балів, що в підсумку дає максимально 60 балів;

15–30 балів – у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, всебічно, самостійно та аргументовано його викладає під час відповіді, глибоко та всебічно розкриває зміст завдання.

1–14 балів – в цілому володіє навчальним матеріалом, але не в повному обсязі, фрагментарно (без аргументації та обґрунтування) його викладає, недостатньо розкриває зміст завдання, допускаючи при цьому суттєві неточності, відповіді на запитання нечіткі.

задач (практичних завдань): 1 задачі, за розв'язання кожної із яких студент може отримати від 0 до 30 балів, що в підсумку дає максимально 30 балів;

15–30 балів – у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, правильно розв'язує практичне завдання і інтерпретує отримані результати, демонструє самостійність виконання.

5–14 балів – у достатньому обсязі володіє навчальним матеріалом, правильно розв’язує практичне завдання, але на додаткові контрольні запитання відсутня повна відповідь, допускає несуттєві неточності та фрагментарно (без аргументації) інтерпретує отримані результати, демонструє самостійність виконання.

1–4 балів – не в повному обсязі володіє матеріалом, фрагментарно розв’язує практичне завдання, допускає суттєві неточності, поверхнево його викладає, недостатньо розкриває зміст поставлених питань.

додаткове питання (для перевірки глибини знань), за відповідь на яке студент може отримати від 0 до 10 балів.

Шкала оцінювання

За шкалою університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90-100	Відмінно	A (відмінно)
85-89	Добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	Задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	Незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

11. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№з/п	Найменування	Номер теми
1.	Силабус	1-13
2.	Мультимедійний проектор	1-13
3.	Опорний конспект лекцій	1-13
4.	Проекційний екран	1-13
5.	Комунікаційне програмне забезпечення (Internet Explorer, Opera, Google Chrome, Firefox)	1-13
6.	Наявність доступу до мережі Інтернет	1-13
7.	Навчальні посібники; Кейси	1-13
8.	Персональні комп'ютери	1-13
9.	Комунікаційне програмне забезпечення (Zoom) для проведення занять у режимі он-лайн (за необхідності)	1-13
10.	Комунікаційна навчальна платформа (Moodle) для організації дистанційного навчання (за необхідності)	1-13
11.	Програмне забезпечення: ОС Windows	1-13
12.	Інструменти Microsoft Office (Word; Excel; Power Point і т. і.)	1-13
13.	Google Forms, Google Sheets	1-13

12. Рекомендовані джерела інформації

Нормативно-правові акти

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». Новини туристичного бізнесу. 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>

Основні (базові) джерела інформації

1. Александрова С. А. Детермінанти розвитку туризму : колективна монографія / С. А. Александрова, Н. М. Богдан, Л. А. Нохріна ; за заг. ред. І. М. Писаревського ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 159 с.
2. Божук Т. Рекреаційно-туристичні дестинації: теорія, методологія, практика. / Тетяна Божук. – Львів: Український бестселер, 2014. – 468 с
3. Білоусов О.М., Лугінін О.Є., Морозова О.С., Соколова Л.В. Менеджмент туристичної галузі : підручник. Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2017. 580 с.
4. Брусільцева Г. М., Зима О. Г. Правове регулювання туристичної діяльності : навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 214 с.
5. Влащенко Н. М. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі : навчальний посібник. Харків : Харківський національний університет міського господарства, 2018. 373 с
6. Гладкий О. В., Мазурець Р. Р. Концептуальні засади бренд-менеджменту та його вплив на розвиток туристичної дестинації. Географія рекреації та туризму: теоретичні та прикладні питання. 2019. URL: <https://doi.org/10.17721/2308-135x.2019.52.3-9>
7. Головчан А.І. Обґрунтування механізмів логістизації розвитку туризму в туристичних дестинаціях / А.І. Головчан // Методологія досліджень та сучасні соціальні, економічні і психологічні проблеми розвитку суспільства: зб. наук. пр. – Донецьк: ДІРСП, 2010. – Вип. 2. – С. 18-26.
8. Головчан А.І. Особливості механізму формування кластерних утворень туристичних дестинацій / А.І. Головчан // Сучасні тенденції економічної теорії і практики: світовий досвід та вітчизняні реалії: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (Херсон, 18-19 листопада 2010 р.). – Херсон, 2010. – С. 124-127.

9. Головчан А.І. Роль політики кластеризації туризму у реалізації політики підвищення якості життя місцевого населення туристичної дестинації / А.І. Головчан // Якість життя: проблеми, пріоритети і перспективи: матеріали Четвертої загальноукр. наук.-практ. конф. (Донецьк, 8 грудня 2010 р.). – Донецьк, 2010. – С. 77-82.
10. Головчан А. І. Теоретико-методичні підходи до оптимізації розвитку туризму в дестинаціях / А. І. Головчан // Вісник ДІТБ. – 2011. – № 15. – С. 139-145.
11. Горіна Г. О. Державне управління туристичною діяльністю : навчальний посібник. Кривий Ріг, ДонНУЕТ, 2021. 110 с.
12. Діджиталізація туризму. [Електронний навчальний курс] – <https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=2614>
13. Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні. Підсумкова доповідь Європейського банку реконструкції та розвитку (ЄБРР). 116 с. URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-book-strategic-ebrd-tourismroadmap.pdf>
14. Дудяк Р. П., Бугіль С. Я., Ступень Р. М. Маркетинг у туризмі: навч. посіб. Львів : – Галицька видавнича спілка, 2021. 360 с.
15. Іванунік В.О. Туристичний менеджмент : навч. посіб. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 240 с.
16. Кібік О. М. Управління туристично-рекреаційним комплексом: практикум / О. М. Кібік, К. С. Нестерова. – Одеса, 2021. – 42 с.
17. Кифяк О. В. Теоретико-методологічний базис формування туристичних дестинацій у західноукраїнських прикордонних регіонах: : монографія. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 332 с.
18. Козловський Є. В. Правове регулювання туристичної діяльності : навчальний посібник. Київ : «Центр учбової літератури», 2021. 272 с.
19. 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
20. Левицька І.В. Визначення території, як потенційної туристичної дестинації / Постова В.В./ Вісник Хмельницького національного університету Економічні науки. – 2017.- №6, Т.3 (253) С.12-18.
21. Леоненко Н. А. Державне регулювання туристичної сфери: теорія, методологія, практика : монографія. Х. : НУЦЗУ, 2021. 325 с
22. Летуновська Н. Є., Люльов О. В. Маркетинг у туризмі : підручник. Суми : Сумський державний університет, 2020. 270 с.
23. Лукашевич В. М. Глобалістика: навч. посібн. для ВНЗ. 2-ге видання. Львів: Новий Світ- 2000, 2020. 440 с.
24. Любіцева О. О., Третяков О. В. Типізація дестинацій. Географія та туризм: зб. наук. пр. К., 2012. Вип. 17. С. 3-9.

- 25.Мазаракі А. А., Ткаченко Т. І., Мельниченко С. В. та ін. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг): монографія; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 388 с.
- 26.Мальська М. П. Економіка туризму : теорія та практика : підручник / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. – Київ: Центр учбової літератури, 2014. – 544 с.
- 27.Мальська М., Паньків Н. Туристично-ресурсний потенціал території: Підручник. К.: ФОП Піча Ю. В., 2022. 534 с. URL: https://www.rada.gov.ua/news/news_kom/248370.html
- 28.Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території : монографія. – Львів: Новий світ-2000, 2012. – 176 с.
- 29.Організація туризму. Основи туризмознавства : навч. посіб. Для студентів ВНЗ / О. К. Любчук ; ДВНЗ «Приазов. держ. техн. ун-т». – Маріуполь : ПДТУ, 2018. –154 с.
- 30.Писаренко В. В., Багорка М. О. Стратегічний маркетинг : навчальний посібник. Дніпро, 2019. 240 с.
- 31.Світлична В. Ю. Економіка туризму : підручник / В. Ю. Світлична, С.А. Александрова ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків :ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. – 167 с.
- 32.Семенов В. Ф., Герасименко В. Г., Горбань Г. П., Богадьорова Л. М. Управління регіональним розвитком туризму : навч. посіб. Одеса : Одеський державний економічний університет, 2011. 225 с.
- 33.Туризм в умовах глобалізації: особливості та перспективи розвитку [Текст] = Tourism under conditions of globalization: specific features and prospects of development: monograph : монографія / [під ред. М.О. Кизима, В.Є. Єрмаченка]. – Х. : ІНЖЕК, 2012. – 471 с.
- 34.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>
- 35.Viken, Arvid, and Brynhild Granås, eds. Tourism destination development: Turns and tactics. Routledge, 2016.
- 36.Perspective Destination Netherlands 2030. URL:[https:// www.nbtc.nl/en/site/destination-netherlands/perspective-destination-netherlands-2030](https://www.nbtc.nl/en/site/destination-netherlands/perspective-destination-netherlands-2030).

Допоміжні джерела інформації

1. Барібіна Я. О. Формування навичок цифрової комунікації для фахівців туристичної екосистеми в умовах діджиталізації / Я. О. Барібіна // Ефективна економіка. – 2020. – № 5 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2020_5_72.

2. Барибіна Я. Роль інформаційно-комунікаційної складової в управлінні туристичною дестинацією. Економічний аналіз. 2020. Том 30. №1 Частина 1. С. 15–21.
3. Барибіна Я. О. Якість як визначальна характеристика в управлінні туристичною дестинацією / Я. О. Барибіна // «Європейський вектор економічного розвитку». – 2019. – № 1 (26). – С. 7-19.
4. 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.
5. Брич В. Я. Стратегічні вектори розвитку туристичних дестинацій Тернопільщини: монографія. Тернопіль: Осадца Ю. В., 2017. 164 с.
6. Бугіль С.Я. Інноваційні маркетингові підходи розвитку 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.
7. 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.
8. Глобальний етичний кодекс туризму : Кодекс від 01.10.1999 № 983_001. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/983_001#Text
9. Дон О.Д., Хелашвілі К.Г. Тенденції розвитку міжнародної туристичної діяльності. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2020. Випуск 2 (25). С. 35-41. URL : http://www.easterneuropeebm.in.ua/journal/25_2020/8.pdf
10. 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>
11. 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>
12. 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.
13. Кузьмін О.Є., Пирог О.В., Литвин І.В. Глобальна економіка: навчальний посібник. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2016. 300 с.
14. Любіцева О. О., Третяков О. В. Типізація дестинацій. Географія та туризм: зб. наук. пр. К., 2012. Вип. 17. С. 3-9.

15. Ніколайчук О. Політика туристичного брендингу для просування національного туристичного продукту: досвід країн центрально-східної Європи. Галицький економічний вісник. 2020. № 2 (63). С. 64-77.
16. Регіональна маркетингова політика у галузі туризму : монографія / М. М. Біль та ін. ; Львів. ін-т економіки і туризму. – Львів : Растр-7, 2017. - 233с.
17. Ткаченко Т. І. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія / Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. Г. Бойко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – 596 с.

Періодичні видання

1. Науковий журнал «Галицький економічний вісник». URL: <https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/>
2. Науковий журнал «Економічний часопис-XXI (Economic Annals-XXI)». URL: <http://jnas.nbuiv.gov.ua/uk/source/ecchado>
3. Науковий журнал «Економічні інновації». URL: <https://ei-journal.com/index.php/journal>
4. Науковий журнал «Європейський вектор економічного розвитку». URL: <https://eurodev.duan.edu.ua/index.php/uk/>
5. Науковий журнал європейської економіки. URL: <https://jeej.wunu.edu.ua/index.php/ukjee/edboardua>
6. Науковий журнал «Інноваційний маркетинг». URL: <https://www.businessperspectives.org/index.php/journals/innovative-marketing>
7. Науковий журнал «Карпати. Туризм. Відпочинок». URL: <https://dir.meta.ua/siteinfo/146835/>
8. Науковий журнал «Маркетинг в Україні». URL: <https://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/requirements.php>
9. Науковий журнал «Міжнародний туризм». URL: <https://journals.ua/in-the-world/mejdunarodniy-turizm/>
10. Науковий журнал «Український туризм». URL: <https://litvizytka.org.ua/zhurnal-ukrainskij-turizm>
11. Науковий журнал «Інноваційна економіка.» URL: <http://inneco.org/index.php/innecoua/issue/archive>
12. Науковий журнал Інтелект XXI. URL: <http://www.intellect21.nuft.org.ua/index.php>
13. Науковий журнал Український соціум. URL: <https://ukr-socium.org.ua/uk/>
14. Journal of Sustainable Tourism. URL: <https://www.tandfonline.com/toc/rsus20/current>
15. Journal of Hospitality and Tourism Research. URL: <https://us.sagepub.com/en-us/nam/journal/journal-hospitality-tourism-research>

Інтернет-ресурси

1. Бібліотечно-інформаційні ресурси – книжковий фонд, періодика та фонди на електронних носіях бібліотеки ЗУНУ. – Режим доступу : https://library.wunu.edu.ua/?page_id=204
2. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського : веб-сайт. URL: <http://www.nbuv.gov.ua>
3. Туристична бібліотека «Все про туризм». URL: <https://tourlib.net/ua.htm>
4. Всесвітня рада з туризму і подорожей (The World Travel & Tourism Council) (англ.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research/Economic_Data_Search_Tool/index.php
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Громадська організація «Українська асоціація активного та екологічного туризму». URL: <https://uaeta.org/>
7. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
8. Офіційний сайт Європейського Союзу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.europa.eu.int>
9. Офіційний сайт ООН [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.un.org>
10. Офіційний сайт Світової спадщини ЮНЕСКО (англ.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://whc.unesco.org>
11. Cross-Border Cooperation Programme Poland-Belarus-Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pl-by-ua.eu/>
12. Національна туристична організація України : сайт. URL : <http://www.ntoukraine.org>
13. Best Hotel offers [Електронний ресурс] : [он-лайн замовлення туристичних послуг]. – Режим доступу: <http://offers-en.besthoteloffers.net/>
14. Euromonitor International [Електронний ресурс] : [стратегічний аналіз глобальних ринків]. – Режим доступу: <https://www.euromonitor.com>.
15. Туристичний портал [Електронний ресурс] : [пошук турів і місць відпочинку, путівки, готелі, турфірми, відгуки, фото, візи]. – Режим доступу: <http://www.tour.com.ua>
16. Українські кластери – офіційний портал учасників регіональних кластерів. URL: <http://www.ucluster.org/>.
17. Regional Competitiveness of Tourism Cluster: a Conceptual Model Proposal / Online at <http://mpr.ub.uni-muenchen.de>.