

# КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет перекладознавства

Кафедра психології, педагогіки і туризму



**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Проректор з навчально-виховної роботи

М. І. Соловей

« 23 » березня 2021 року

## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Управління туристичними дестинаціями

галузь знань	24 Сфера обслуговування
спеціальність	242 Туризм
освітній рівень	перший (бакалаврський)
освітня програма	Туристичне обслуговування
статус дисципліни	нормативна

Форма здобуття освіти	денна
Навчальний рік	2021 – 2022
Семестр	VIII
Кількість кредитів ЄКТС	3
Мова навчання	українська
Форма підсумкового контролю	залік

КИЇВ – 2021

**Розробник:**

Кучерява Г. О., кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри психології, педагогіки і туризму

**Схвалено** на засіданні кафедри психології, педагогіки і туризму,  
протокол № 15 від 22 червня 2021 року

Завідувач кафедри  О. В. Матвієнко

**Схвалено** на засіданні вченої ради факультету перекладознавства,  
протокол № 12 від 23 червня 2021 року

Голова вченої ради факультету  Л. Я. Зеня

## 1. Мета вивчення дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Управління туристичними дестинаціями» є формування уявлення про туристичні дестинації як об'єкти управління, особливості їх виникнення та розвитку, а також набуття практичних навичок аналізу туристичних дестинацій крізь призму їх туристичної привабливості та сталого розвитку.

## 2. Загальний обсяг (відповідно до робочого навчального плану) –

3 кредити ЄКТС; 90 год., у тому числі:

лекції – 20 год.

семінарські заняття – 16 год.

самостійна робота – 54 год.

## 3. Передумови до вивчення або вибору навчальної дисципліни

Передумовою до вивчення дисципліни «Управління туристичними дестинаціями» є теоретичні знання та практичні навички з дисциплін «Основи туризмознавства», «Географія туризму», «Правове регулювання туристичної діяльності», «Менеджмент у туризмі», «Маркетинг у туризмі».

Здобувачі вищої освіти повинні:

3.1. Знати понятійно-категоріальний апарат сфери туризму, основні принципи та підходи управління територіями різного ієрархічного рівня, уявлення про менеджмент та маркетинг дестинацій.

3.2. Вміти оперувати понятійно-категорійним апаратом, аналізувати причинно-наслідкові зв'язки в туризмі.

3.3. Володіти елементарними навичками кількісного та якісного аналізу об'єктів управління, роботи з літературними джерелами, пошуку, аналізу, систематизації та узагальнення інформації, презентації результатів роботи.

## 4. Анотація навчальної дисципліни:

**Метою** вивчення навчальної дисципліни «Управління туристичними дестинаціями» є формування уявлення про туристичні дестинації як об'єкти управління, особливості їх виникнення та розвитку, а також набуття практичних навичок аналізу туристичних дестинацій крізь призму їх туристичної привабливості та сталого розвитку.

**Предметом** вивчення є теоретико-методичні та практичні аспекти управління туристичними дестинаціями .

**Завданням** вивчення дисципліни є: розкриття теорій та сучасних підходів до визначення сутності поняття «туристична дестинація», характеристика типології туристичних дестинацій, їх життєвого циклу; аналіз туристичних ресурсів як формоутворюючого елементу туристичної дестинації; визначення головних принципів управління туристичними дестинаціями, планування їх стратегічного розвитку; висвітлення основних аспектів маркетингу та бренд-менеджменту туристичних дестинацій.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувачі вищої освіти повинні

*знати:*

- сутність, теорії та механізми функціонування туристичних дестинацій, їх основні елементи; види туристичних дестинацій, стадії їх життєвого циклу;
- історичні аспекти та світовий досвід функціонування туристичних дестинацій;
- ресурсний чинник управління туристичними дестинаціями;
- принципи управління, основні складові маркетингу та бренд-менеджменту туристичних дестинацій, моделі забезпечення їх сталого розвитку.

*уміти:*

- збирати та аналізувати інформацію стосовно функціонування туристичних дестинацій та їх розвитку, робити висновки;
- застосовувати сучасні методи та методики управління туристичними дестинаціями для вирішення конкретних практичних завдань;
- розробляти маркетинговий план розвитку туристичних дестинацій.

*володіти елементарними навичками:*

- збору, аналізу, систематизації та узагальнення інформації, презентації результатів роботи;
- роботи в команді та міжособистісної комунікації під час розв'язання прикладних завдань з управління туристичними дестинаціями.

Навчальна дисципліна «Управління туристичними дестинаціями» для здобувачів ОП Туристичне обслуговування спеціальності 242 Туризм складається з одного змістового модуля, що розкриває теоретико-методичні та практичні аспекти управління туристичними дестинаціями.

**5. Завданням** вивчення навчальної дисципліни «Управління туристичними дестинаціями» є теоретична та практична підготовка студентів у галузі туризму, а також формування таких компетентностей:

***Інтегральна компетентність:***

ІК. Здатність комплексно розв'язувати складні професійні задачі та практичні проблеми у сфері туризму і рекреації як в процесі навчання, так і в процесі роботи, що передбачає застосування теорій і методів системи наук, які формують туризмознавство, і характеризуються комплексністю та невизначеністю умов.

**Загальні компетентності:**

- ЗК03. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
- ЗК04. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу.
- ЗК05. Прагнення до збереження навколишнього середовища.
- ЗК06. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- ЗК09. Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми
- ЗК12. Навички міжособистісної взаємодії.
- ЗК14. Здатність працювати в команді та автономно.
- ЗК15. Здатність зосереджуватися на результатах при виконанні завдань та вміння їх презентувати.

**Фахові компетентності:**

- ФК17. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності.
- ФК18. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- ФК19. Здатність аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал територій.
- ФК20. Здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління.
- ФК21. Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів.
- ФК24. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем.
- ФК34. Здатність до використання комплексу заходів, спрямованих на підвищення якості туристичного обслуговування.

## 6. Очікувані результати навчання з дисципліни

Результат навчання (1. знати; 2. уміти; 3. комунікація; 4. автономність і відповідальність)		Форми (та / або методи і технології навчання)	Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання (за необхідності)
Код	Результат навчання		
	<b>Знати:</b>		
1.1.	сутність, теорії та механізми функціонування туристичних дестинацій, їх основні елементи; види туристичних дестинацій, стадії їх життєвого циклу;	пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, проблемного викладу;	усне опитування, дискусія, письмова модульна контрольна робота;
1.2.	історичні аспекти та світовий досвід	пояснювально-	усне поточне

	функціонування туристичних дестинацій;	ілюстративний, репродуктивний, проблемного викладу;	опитування, дискусія, письмова модульна контрольна робота;
1.3.	ресурсний чинник управління туристичними дестинаціями;	пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, проблемного викладу;	усне поточне опитування, виконання практичних робіт, письмова модульна контрольна робота;
1.4.	принципи управління, основні складові маркетингу та бренд-менеджменту туристичних дестинацій, моделі забезпечення їх сталого розвитку.	пояснювально-ілюстративний, частково-пошуковий, дослідницький, самонавчання.	усне поточне опитування, виконання групових аналітико-дослідницьких робіт, письмова модульна контрольна робота, залік.
	<b>Уміти:</b>		
2.1.	збирати та аналізувати інформацію стосовно функціонування туристичних дестинацій та їх розвитку, робити висновки;	пояснювально-ілюстративний, проблемно-пошуковий, дослідницький;	виконання групових аналітико-дослідницьких робіт, письмова модульна контрольна робота;
2.2.	застосовувати сучасні методи та методики управління туристичними дестинаціями для вирішення конкретних практичних завдань;	діалогово-комунікаційний, проблемно-пошуковий, дослідницький, самонавчання;	усне поточне опитування, участь у дискусії, виконання практичних робіт письмова модульна контрольна робота;
2.3.	розробляти маркетинговий план розвитку туристичних дестинацій.	проблемно-пошуковий, дослідницький, самонавчання.	виконання групових аналітико-дослідницьких робіт, письмова модульна контрольна робота, залік.
	<b>Комунікація:</b>		

3.1.	застосовувати сучасні інформаційні та комунікативні технології при спілкуванні, пошуку, обробці, аналізі та інтерпретації різних джерел інформації	діалогово-комунікаційний, частково-пошуковий, дослідницький;	участь у дискусії, виконання практичних робіт, письмова модульна контрольна робота;
3.2.	робота в команді, міжособистісна комунікація під час розв'язання прикладних завдань з управління туристичними дестинаціями.	діалогово-комунікаційний, частково-пошуковий, дослідницький.	виконання групових аналітико-дослідницьких робіт, письмова модульна контрольна робота, залік.
<b>Автономність і відповідальність:</b>			
4.1.	саморозвиватися і самовдосконалюватися, нести відповідальність за прийняття рішень;	репродуктивний, частково-пошуковий, дослідницький	виконання групових аналітико-дослідницьких робіт, письмова модульна контрольна робота.
4.2.	відстоювати власні погляди у розв'язанні професійних завдань, приймати обґрунтовані рішення.	діалогово-комунікаційний, частково-пошуковий, дослідницький.	усне поточне опитування участь у дискусії, виконання групових аналітико-дослідницьких робіт, письмова модульна контрольна робота.

## 7. Співвідношення очікуваних результатів навчання з дисципліни із програмними результатами навчання

Результати навчання з дисципліни (код) Програмні результати навчання (назва)	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2.	2.3	3.1	3.2	4.1	4.2
ПРН01. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів.		+		+			+				
ПРН02. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук.	+	+	+								
ПРН03. Знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ.	+					+					
ПРН04. Пояснювати особливості організації рекреаційно-туристичного простору.	+		+			+					
ПРН17. Управляти своїм навчанням з метою самореалізації в професійній туристичній сфері.										+	+
ПРН20. Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання.			+	+	+	+	+		+		
ПРН22. Професійно виконувати завдання в невизначених та екстремальних ситуаціях.				+	+	+	+	+	+		
ПРН23. Зосереджуватися на результатах при виконанні завдань та вміти їх презентувати.				+	+	+	+	+	+	+	+
ПРН24. Використовувати професійну термінологію, оперувати туристичною інформацією, вести дискусію та передавати власну думку в усній та письмовій формах.	+			+			+				+
ПРН25. Використовувати набуті знання для аналізу місця України у світовому та загальноєвропейському туристичному просторі.		+			+			+			
ПРН27. Аналізувати особливості туристичних дестинацій та організовувати туристично-краєзнавчу діяльність.	+				+		+				



## 8. Система оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти

Система модульно-рейтингового контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти має таку структуру:

№ з/п	Форма підсумкового контролю	Види навчальної діяльності здобувача	Максимальна кількість балів
1.	Передбачений підсумковий контроль – залік	1. Аудиторна та самостійна позааудиторна робота	50
		2. Модульна контрольна робота (МКР)	50
		<b>Разом</b>	<b>100</b>

**Поточне оцінювання** всіх видів навчальної діяльності здобувача (аудиторна робота та позааудиторна самостійна робота) здійснюється у національній 4-бальній шкалі – «відмінно» («5»), «добре» («4»), «задовільно» («3»), «незадовільно» («2»). Невиконання завдань самостійної роботи позначаються «0».

### Критерії оцінювання аудиторної роботи

№ п/п	Види навчальної діяльності	Оцінка	Критерії оцінки
1.	Відповідь на основні питання	5	Правильна, ґрунтовна, повна відповідь, творче висвітлення проблем. Демонстрація самостійного знаходження відповіді на проблемні запитання, спираючись на лекційний матеріал та додаткову літературу; вміння аналізувати, робити власні висновки; здатність встановлювати міжтематичні та міжпредметні зв'язки.
		4	Відповідь правильна, але недостатньо повна, розгорнута та ґрунтовна. На проблемні запитання здобувач знаходить відповідь за допомогою викладача, спираючись переважно на лекційний матеріал без застосування додаткової літератури.

		3	Відповідь поверхнева з порушенням логіки, не аргументована. Здобувач, формулюючи відповідь на питання, репродуктивно відбиває зміст лекційного матеріалу, допускає помилки у визначенні понять та категорій, не здатний знайти відповідь на проблемні запитання, чи вирішити проблемні завдання.
		2	Відповідь неправильна. Здобувач демонструє нездатність розкрити питання семінару, допускає багато суттєвих помилок у визначенні понять та категорій.
2.	Доповнення, відповіді на проблемні питання, виконання практичних завдань тощо.	5	Максимально висока активність, що свідчить про всебічну обізнаність матеріалу, систематичну підготовку до занять на основі опрацювання лекційного матеріалу та додаткової літератури.
		4	Висока активність, що свідчить про обізнаність матеріалу. Доповнення підтверджують систематичну підготовку здобувача, але виявляють його репродуктивні, а не узагальнення, власні судження тощо.
		3	Середня активність, що свідчить про недостатню обізнаність матеріалу. Здобувач дає відповіді на запитання поверхнево, допускає помилки у визначенні понять та категорій.
		2	Низька активність, що свідчить про не володіння матеріалом.
3.	Експрес-контроль (робота на занятті протягом 10-15 хв.: поточна письмова робота (практичне завдання, тест), вибіркоче опитування ін.)	5	Повна відповідь за критеріями конкретного виду роботи.
		4	Недостатньо повна відповідь за критеріями конкретного виду роботи.
		3	Поверхнева з порушенням логіки, не аргументована.
		2	Незадовільна відповідь за критеріями конкретного виду роботи.

Після закінчення вивчення модуля виводиться середнє значення оцінок, отриманих здобувачем на семінарських заняттях. У випадку, якщо здобувач не відвідав семінарське заняття, він не допускається до іспиту, якщо не відпрацює пропущене заняття. Якщо здобувач не відвідав жодного семінарського заняття, йому виставляється 0 балів.

### Критерії оцінювання позааудиторної самостійної роботи здобувача

Позааудиторна самостійна робота здобувачів включає виконання завдань, які пропонуються викладачем (письмові практичні роботи, підготовка презентацій). Самостійна робота оцінюється за п'ятибальною системою.

Робота виконана правильно, творчо і самостійно, демонструє належний рівень знань та сформованість практичних навичок; оформлена згідно вимог, які висуваються для даного типу завдань.	«відмінно»
Робота виконана самостійно, містить несуттєві помилки, демонструє належний рівень знань сформованість практичних навичок; оформлена згідно вимог, які висуваються для даного типу завдань.	«добре»
Робота виконана, але містить помилки, демонструє недостатній рівень знань та недостатню сформованість практичних навичок; оформлення роботи не в повній мірі відповідає вимогам, що висуваються для даного типу завдань.	«задовільно»
Виконана робота не відповідає вимогам, які вказані вище як критерії для виставлення позитивної оцінки.	«незадовільно»

У кінці вивчення навчального матеріалу напередодні заліково-екзаменаційної сесії викладач виставляє одну оцінку за аудиторну та позааудиторну самостійну роботу здобувача як середнє арифметичне значення усіх поточних оцінок за ці види робіт з округленням до десятої частки. Цю оцінку викладач трансформує в **рейтинговий бал за роботу протягом семестру** шляхом помноження на **10**. Таким чином, максимальний рейтинговий бал за роботу протягом семестру становить **50**.

**Модульна контрольна робота (МКР)** є складником семестрового рейтингу та виконується перед заліком. Кожне питання модульної контрольної роботи оцінюється в багатобальній системі.

Максимальна кількість балів за виконану модульну контрольну роботу становить **50 б**. Час виконання модульної контрольної роботи – **1 год. 20 хв**.

### Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Види завдань	Кількість балів	Критерії оцінки
Тестові завдання (мах – 20 б.)	20	1 правильна відповідь – 1 бал.
Питання (завдання) алгоритмічного рівня (мах – 10 б.)	10	відповідь вичерпна, змістовна, логічна та послідовна, містить самостійні судження;
	8 – 9	відповідь правильна, повна, змістовна, послідовна, але містить незначні помилки у викладі теоретичного матеріалу і практичного розв'язання проблеми;
	4 – 7	відповідь неповна, схематична, є неточності і помилки у розкритті проблеми;
	3 – 1	відсутність вичерпаної відповіді на питання, наявність значної кількості неточностей і фактологічних помилок, що свідчить про поверховість знань здобувача;
	0	відповідь на запитання відсутня або абсолютно невірна.
Питання (завдання) творчого рівня (мах – 20 б.)	20	відповідь вичерпна, змістовна, логічна та послідовна, містить самостійні судження та демонструє здатність творчого розв'язання поставлених завдань; здобувач вільно оперує поняттями та категоріями, аргументовано доводить власну точку зору;
	16 – 19	відповідь змістовна, послідовна, але містить недоліки та неточності у розв'язанні завдань; здобувач демонструє недостатнє обґрунтування власної точки зору;
	11 – 15	відповідь в цілому правильна, але неповна, містить незначні недоліки, рівень самостійності суджень недостатній;
	6 – 10	відповідь неповна, схематична, є неточності та помилки у викладенні матеріалу, рівень самостійності суджень недостатній;
	1 – 5	відповідь поверхнева, нелогічна, містить суттєві помилки та неточності, рівень самостійності суджень низький;
	0	відповідь відсутня або не відповідає змісту питання.
<b>Разом</b>	<b>50 балів</b>	

**Семестровий рейтинговий бал** є сумою рейтингового бала за роботу протягом семестру і рейтингового бала за МКР. Максимальний рейтинговий бал студента становить 100 балів.

Підсумкове форма контролю – **залік в усній формі.**

**Умови допуску до заліку:** повне виконання програми курсу, відпрацювання пропущених лекцій і семінарських занять, виконання самостійної роботи, успішне виконання модульної контрольної роботи.

Студенти, які мають семестровий рейтинговий бал з дисципліни 60 і вище, отримують оцінку «зараховано» і відповідну оцінку в шкалі ЄКТС без складання заліку.

Студенти, які мають семестровий рейтинговий бал з дисципліни 59 і нижче, складають залік і в разі успішного складання їм виставляється оцінка «зараховано» в національній шкалі, а в шкалі ЄКТС – Е та бал 60. Якщо студент під час заліку отримав оцінку «не зараховано», то йому у відомість обліку успішності виставляється оцінка «не зараховано» в національній шкалі, оцінка FX – у шкалі ЄКТС та його семестровий рейтинговий бал за дисципліну.

#### **Критерії оцінювання заліку:**

№	Критерії оцінювання	Шкала оцінювання	
		«зараховано»	«не зараховано»
1.	Відповідність змісту	Відповідь здобувача повністю відповідає змісту питання. Основні проблеми розкриті чітко та в повній мірі.	Відповідь здобувача лише частково відповідає / не відповідає змісту питання. Основні проблеми визначено нечітко / не визначено.
2.	Повнота і ґрунтовність викладу	Основні питання розкриті повністю і ґрунтовно.	Основні питання розкриті лише частково і без належної глибини / зовсім не розкриті.
3.	Термінологічна коректність	Здобувач вільно й коректно користується понятійно-категорійним апаратом дисципліни	Здобувач майже не користується термінологією.

Оцінка «зараховано» виставляється за умови, якщо відповідь здобувача в повній мірі відповідає всім зазначеним критеріям.

Оцінка «не зараховано» виставляється за умови, якщо відповідь здобувача не відповідає хоча б одному із зазначених критеріїв.

### Шкала відповідності оцінок

Оцінка в національній шкалі («зараховано», «не зараховано») та оцінка в шкалі ЄКТС виставляються на підставі семестрового рейтингового бала студента за дисципліну у такий спосіб:

90 – 100 балів	–	A	} зараховано
82 – 89 балів	–	B	
75 – 81 бал	–	C	
66 – 74 бали	–	D	
60 – 65 балів	–	E	
59 балів і нижче	–	FX	– не зараховано.

## 9. Програма навчальної дисципліни. Тематичний план занять

№ з/п	№ і назва теми (включно із темами, що винесені на самостійне опрацювання)	Кількість годин			
		Денна форма			
		Разом	у тому числі		
лекції	семінарські / практичні заняття		самостійна робота		
<b>Модуль 1</b>					
<b>Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні та прикладні аспекти управління туристичними дестинаціями</b>					
1.	<b>Тема 1.</b> Теоретичні підходи до визначення поняття «туристична дестинація».	9	2	1	6
2.	<b>Тема 2.</b> Типологія та життєвий цикл туристичних дестинацій.	9	2	1	6
3.	<b>Тема 3.</b> Світовий досвід виникнення та функціонування туристичних дестинацій.	9	2	1	6
4.	<b>Тема 4.</b> Туристсько-рекреаційні ресурси як формоутворюючий елемент туристичних дестинацій.	9	2	1	6
5.	<b>Тема 5.</b> Загальні принципи та підходи до управління туристичними дестинаціями.	9	2	1	6
6.	<b>Тема 6.</b> Управління конкурентоспроможністю туристичних дестинацій.	9	2	1	6
7.	<b>Тема 7.</b> Кластерний підхід в управлінні туристичними дестинаціями.	10	2	2	6
8.	<b>Тема 8.</b> Маркетинг туристичних дестинацій.	8	2	2	4
9.	<b>Тема 9.</b> Туристичний брендинг як інструмент управління туристичними дестинаціями.	8	2	2	4
10.	<b>Тема 10.</b> Сталій розвиток туристичних дестинацій.	8	2	2	4
11.	<b>Модульна контрольна робота</b>	2		2	
	<b>Разом годин за модулем 1</b>	<b>90</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	<b>54</b>
	<b>Усього годин</b>	<b>90</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	<b>54</b>

## 10. Рекомендована література

### Базова

1. Босовська М.В. Інтеграційні процеси в туризмі : монографія. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 832 с.
2. Інститути та інструменти розвитку територій. На шляху до європейських принципів / За ред. С. Максименка. К.: Центр Інституту СхідЗахід, 2001. 244 с.
3. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
4. Кучерява Г. О. Туристичний брендинг як інструмент управління туристичними дестинаціями. *Часопис соціально-економічної географії*. 2021. №30. С. 32 – 40.
5. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Видання п'яте / за наук. ред. проф. Матвійчук Л.Ю. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2019. 320 с.
6. Стратегічні вектори розвитку туристичних дестинацій Тернопільщини: монографія / За заг. ред. доктора економічних наук, професора В. Я. Брича, к.е.н., доцента А. М. Тибіня.. Тернопіль: Осадца Ю.В., 2017. 164 с.
7. Туристичний кластер Харківщини : монографія / Колектив авторів, гол. ред. О. В. Яковчук. Харків: ФОП Панов А. М., 2019. 432 с.
8. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг) : монографія / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 388 с.
9. Управління регіональним розвитком туризму: навчальний посібник. / За ред. В.Ф. Семенова. Одеса: ОДЕУ, 2011. 225 с.
10. Saarinen J. Destinations in change: the transformation process of tourist destinations. *Tourist Studies*, 2004, no. 4 (2), pp. 161–179.
11. Saraniemi S., Kylänen M. Problematizing the concept of tourism destination: an analysis of different theoretical approaches. *Journal of Travel Research*, 2011, no. 50 (2), pp. 133–143.

### Додаткова

1. Андрієнко І.Б., Кравець О. М., Писаревський І. М. Менеджмент туризму : навч. посіб. Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ, 2014. 402 с.
2. Гайворонська І. В. Брендинг дестинації у процесі відтворення регіонального турпродукту. *БІЗНЕСІНФОРМ*, 2019. № 2. С. 121 – 132.



3. Головчан А.І. Особливості механізму формування кластерних утворень туристичних дестинацій. 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.

4. Кібік О. М., Нестерова К. С. Управління туристично-рекреаційним комплексом : практикум. Одеса, 2021. 42 с.

5. Леоненко Н. А. Стратегічні засади формування державного туристичного брендингу в Україні. *Механізми державного управління*. 2019. № 4 (23). С. 66 – 73.

6. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. /Т. М. Афонченкова та ін. ; за заг. ред. О. Є. Лугініна. Київ : Ліра-К, 2012. 364 с.

7. Музиченко-Козловська О. В. Методика оцінювання туристичного брендингу дестинацій. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика*. 2016. № 846. С. 120-125.

8. Нестерова К.С. Характеристика сучасних маркетингових інструментів у розвитку туристичної дестинації в умовах глобальної кризи. *International Scientific Conference Anti-Crisis Management: State, Region, Enterprise: Conference Proceedings, Part I, November 17th, 2017. Le Mans, France: Baltija Publishing*. P. 38 – 40.

9. Ніколайчук О. Політика туристичного брендингу для просування національного туристичного продукту: досвід країн Центрально-Східної Європи. *Галицький економічний вісник*. 2020. № 2(63) С. 64 – 77.

10. Панченко Ю. В., Лугінін О. Є., Фомішин С. В. Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму : навч. посіб. Херсон : Олдіплюс, 2013. 342 с.

Леонтьева, Ю.Ю. Региональная туристская дестинация и её социально-экономическое развитие. *Бізнес-інформ*. 2013. № 6 [http://www.business-inform.net/export\\_pdf/businessinform-2013-6\\_0-pages-165\\_170.pdf](http://www.business-inform.net/export_pdf/businessinform-2013-6_0-pages-165_170.pdf)

11. Anholt S. *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. 1-st edition. Palgrave Macmillan, 2007. 160 p.

12. Anholt S. *Places: Identity, Image and Reputation*. Palgrave Macmillan, 2009. 256 p.

13. Blain C., Stuart E. L., Ritchie J. R. B. Destination branding: Insights and practices from destination management organisations. *Journal of Travel Research*. 2005. Vol. 43, № 4, pp. 328 – 338.

14. Bradley A., Hall T., Harrison M. Selling cities: Promoting new images for meeting tourism. *Cities*. 2002. Vol. 19, No. 1, pp. 61 – 70.

15. Buhalis D. Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*. 2000. Vol. 21. № 1.

16. Kaefer F. An Insider's Guide to Place Branding: Shaping the Identity and Reputation of Cities, Regions and Countries (Management for Professionals). *Springer International Publishing*. 2021. 289 p.

17. Kavaratzis M. From city marketing to city branding: Toward a theoretical framework for developing city brands. *Place Branding*. 2004. Vol. 1, № 1, pp. 58 – 73.

18. Kavaratzis M., Warnaby G., Ashworth G. An Insider's Guide to Place Branding: Comprehensive Brand Development for Cities and Regions. Springer International Publishing Switzerland, 2015. 248 p.

19. Kerr G. From destination brand to location brand. *Journal of Brand Management*. 2006. Vol. 13. № 4 – 5, pp. 276 – 283.

### **Інформаційні ресурси**

1. Інформаційні матеріали на сайті Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: <https://www.e-unwto.org/>

2. Наукова періодика України. URL: <http://nbuv.gov.ua/taxonomy/term/334>

3. Наукова бібліотека СНУ ім. В.Даля. «Туризм». URL. <http://library.snu.edu.ua/index/turizm/0-129>

4. Туристична бібліотека. Все про туризм. URL: <https://tourlib.net/ua.htm>

### **12. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання якого передбачає навчальна дисципліна**

Мультимедійне обладнання; програми Microsoft Word, Microsoft Power Point, додатки платформи для дистанційного навчання Microsoft Office 365.