**Орієнтовний перелік тем кваліфікаційних робіт**

**для здобувачів освітнього ступеня «магістр»**

**спеціальності 242 «Туризм і рекреація»**

**освітньо-професійної програми «Туризмологія»**

1. **Туристична політика**
2. **Стратегія розвитку міжнародного туризму визначеної дестинації України**— фокус на стратегічне планування та інтеграцію міжнародних стандартів.
3. **Впровадження міжнародного досвіду в розвиток визначеної туристичної дестинації України —** аналіз найкращих світових практик та їх адаптація в Україні.
4. **Формування стратегії розвитку смарт-туризму міста —** розвиток технологій і цифрових інновацій у туризмі.
5. **Розробка системи забезпечення якості туристичних послуг, як напряму інтеграції України в ЄС —** відповідність європейським стандартам та інтеграція на ринок ЄС.
6. **Просування туристичних продуктів групи «Наслідки війни» на міжнародний ринок —** використання актуальної тематики для створення нових туристичних продуктів.
7. **Поєднання туристичної та пропагандистської діяльності України на міжнародному туристичному ринку —** синергія туризму та комунікацій для просування іміджу країни.
8. **Розробка системи заходів відродження оздоровчого туризму дітей у повоєнний період —** соціальні ініціативи та відновлення після конфлікту.
9. **Перспективи та ризики розвитку зеленого туризму в сільській місцевості Східного регіону України в повоєнний період —** тренд на екологічний туризм і його виклики.
10. **Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму в Україні в кризових умовах —** аналіз нових викликів і адаптаційних стратегій.
11. **Воєнний туризм в Україні: стан та перспективи розвитку —** унікальна ніша, яка може привабити специфічну аудиторію.
12. **Перспективи відновлення світового туристичного ринку на засадах сталого розвитку —** акцент на сталість та етичні підходи в глобальному туризмі.
13. **Історико-культурні традиції міста/регіону/країни/туристичної дестинації як база розвитку пізнавального туризму —** використання культурного надбання для залучення туристів.

**2. Туристичний продукт**

1. **Розроблення туристичного продукту для міжнародного ринку медичного туризму** — медичний туризм набуває все більшої популярності через зростання попиту на доступні та якісні медичні послуги за кордоном.

2. **Формування туристичного продукту (назва області, регіону, кластеру, дестинації) в сегменті культурного туризму на ринку країн ЄС** — акцент на культурному аспекті та інтеграція з європейськими ринками.

3. **Розроблення інноваційного продукту сільського зеленого туризму для міжнародного туристичного ринку** — популярність зеленого туризму та інтерес до екологічно чистих і автентичних вражень.

4. **Просування інноваційного продукту івентивного туризму на міжнародний ринок** — івент-туризм стає важливим елементом залучення туристів, особливо в постпандемічний період.

5. **Формування інноваційного туристичного продукту в сегменті екологічного туризму** — відповідає зростаючому попиту на екологічно дружні подорожі.

6. **Розроблення національного туристичного продукту для міжнародного ринку** — важливий аспект для інтеграції українського туризму в глобальний контекст.

7. **Розробка пакету туристичних пропозицій «Наслідки війни» та їх просування на міжнародному ринку** — актуальна тема, яка використовує історичний та емоційний аспект для створення унікальних туристичних продуктів.

8. **Проект розвитку інтеграційної туристичної діяльності з метою подолання повоєнних травматичних наслідків у дітей** — соціально значуща ініціатива, яка має потенціал привернути міжнародну увагу та підтримку.

9. **Використання міжнародного досвіду у розробці пакету туристичних продуктів для подолання повоєнних травматичних наслідків у військовослужбовців** — адаптація перевірених міжнародних практик для реабілітації військових.

10. **Формування мережі туристичних маршрутів гастрономічного туризму (назва області)** — гастрономічний туризм залишається популярним трендом, який пропонує унікальні враження для туристів.

**3. Туристична дестинація**

1. **Мобільні технології у просуванні туристичного продукту дестинації (назва)** — інтеграція мобільних технологій у маркетинг і просування туристичних продуктів, що є важливим трендом у сучасному туризмі.

 2. **Формування іміджу туристської дестинації (назва) в мережі Інтернет** — зростаюче значення онлайн-присутності для створення привабливого іміджу дестинацій.

3. **Імплементація міжнародного досвіду адаптації туристичної діяльності дестинації в умовах війни** — актуальна тема для України, яка враховує поточні виклики та міжнародний досвід адаптації.

4. **Формування туристичних пропозицій дестинацій, які постраждали від війни для міжнародного споживчого ринку** — створення нових продуктів для постраждалих регіонів.

5**. Розроблення стратегії сталого розвитку туризму в дестинації (назва)** — відповідь на глобальні виклики сталого розвитку в туризмі.

**4. Туроперейтинг**

1. **Інноваційні технології міжнародного туристичного оператора** — впровадження нових технологій для оптимізації роботи туроператорів на міжнародному ринку.

2. **Цифрові технології он-лайн збуту продукту міжнародного туристичного оператора** — розвиток онлайн-каналів продажів як ключовий елемент стратегії туроператорів.

3. **Івент-маркетинг туристичного оператора** — використання івентів для підвищення привабливості туристичних продуктів.

4. **Система інтегрованих маркетингових комунікацій туристичного оператора** — сучасний підхід до маркетингової стратегії туроператорів.

5. **Мобільні технології в просуванні туристичного продукту на міжнародний ринок** — актуальна тема, що охоплює використання мобільних додатків і технологій для залучення туристів.

**5. Економічні та суспільні проблеми розвитку туризму**

1. **Безпека туристичних подорожей: забезпечення на внутрішньому ринку та досвід міжнародного співробітництва** — в умовах підвищеної уваги до безпеки це важливий аспект розвитку індустрії.

2. **Проблеми розвитку туризму в умовах воєнних конфліктів: світовий досвід** — аналіз того, як інші країни справлялися з подібними викликами.

3. **Проблеми розвитку туризму в умовах економічних криз** —дослідження, як економічні виклики впливають на туристичну галузь.

4. **Раціональне природокористування в туризмі (на прикладі країни/туристичної дестинації/туристичного підприємства)** — важливість екологічного підходу у туризмі.

5. **Управління туристичними підприємствами в туристичних дестинаціях України та шляхи його удосконалення** — розвиток управлінських практик для покращення роботи туристичних підприємств.

**6. Перелік тем запропонованих стейкхолдерами**

1. **Тревел-блогінг як сучасний метод розвитку туристичного потенціалу** — використання цифрових платформ і контенту для просування туризму.

2. **Айдентика як важливий інструмент у розвитку туристичного потенціалу міста** — розвиток унікальної ідентичності міста через візуальні та культурні елементи.

3. **Інформаційні технології у туризмі. Проєкт створення нових туристичних додатків** — розробка інноваційних додатків для покращення туристичних послуг.

4. **Роль стріт-арту в процесі формування туристичного потенціалу міста** — аналіз як культурні і візуальні прояви сприяють туристичній привабливості.