

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК8- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 13 / 1

### ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою факультету  
бізнесу та сфери обслуговування  
30 серпня 2022 р., протокол № 7

Голова Вченої ради

Галина ТАРАСЮК



### РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ТУРИСТИЧНІ ДЕСТИНАЦІЇ»

для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «магістр»  
спеціальності 242 «Туризм»

освітньо-професійна програма «Туризмознавство»  
факультет бізнесу та сфери обслуговування  
кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Схвалено на засіданні кафедри  
туризму та готельно-ресторанної  
справи

29 серпня 2022 р., протокол № 5  
Т.в.о. завідувач кафедри

Галина ТАРАСЮК

Гарант освітньо-професійної  
програми

Оксана ОЛІЙНИК

Розробник: к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,  
Ольга МІЛІНЧУК

к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи  
Анна ІВАЩЕНКО

Житомир  
2022–2023 н.р.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК8- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 13 / 2

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітні програми	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 5	Галузь знань: 24 «Сфера обслуговування»	Нормативна	
Модулів – 1	Спеціальність: 242 «Туризм»	<b>Рік підготовки:</b>	
Змістових модулів – 2		1	1
Загальна кількість годин — 150 год.		<b>Семестр</b>	
		1	1
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3 самостійної роботи студента - 6	Освітній ступінь: «магістр»	<b>Лекції</b>	
		16 год.	4 год.
		<b>Практичні, семінарські</b>	
		32 год.	6 год.
		<b>Лабораторні</b>	
		- год.	- год.
		<b>Самостійна робота</b>	
102 год.	140 год.		
		<b>Вид контролю:</b> <u>екзамен</u>	

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК8- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 13 / 2

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Метою** вивчення навчальної дисципліни «Туристичні дестинації» є поглиблення теоретико-методичних знань студентів щодо основ формування й розвитку туристичних дестинацій і набуття практичних навичок ефективного управління дестинаціями у динамічному соціальному, природному, технологічному та економічному середовищі.

**Завданнями вивчення дисципліни є:**

- висвітлення сутності дестинацій як організаційної структури туризму;
- проведення класифікації туристичних дестинацій на основі різних критеріїв;
- ознайомлення з механізмами розвитку різних типів туристичних дестинацій;
- розгляд елементів маркетингової політики туристичних дестинацій;
- вивчення особливостей менеджменту туристичних дестинацій;
- дослідження процесів планування, формування та розвитку дестинацій;
- розкриття ролі життєвого циклу дестинацій у розвитку туризму;
- опанування методологією досягнення конкурентоспроможності туристичних дестинацій;
- ознайомлення із основами реалізації державно-приватного партнерства та політики кластеризації в туристичних дестинаціях;
- визначення підходів до стратегії розвитку туристичних дестинацій в контексті сталого розвитку.

Результатом вивчення дисципліни є набуття студентами таких загальних та фахових **компетенцій:**

ЗК 1. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.

ЗК2. Здатність вести професійну діяльність у міжнародному та вітчизняному середовищі.

ЗК 5. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

**СК 3.** Здатність планувати і виконувати наукові та/або прикладні дослідження у сфері туризму та рекреації.

**СК 4.** Здатність до аналізу, прогнозування, планування бізнес-процесів та геопросторового планування у сфері туризму та рекреації.

**СК 7.** Здатність розробляти та впроваджувати інновації в діяльності суб'єктів туристичного ринку

**СК 8.** Здатність до науково-педагогічної діяльності у закладах вищої освіти.

**СК 9.** Здатність доносити власні знання, висновки та аргументацію у сфері туризму та з дотичних питань до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються.

Отримані знання з навчальної дисципліни стануть складовими наступних **програмних результатів** навчання за спеціальністю 242 «Туризм»:

**РН 4.** Проводити аналіз геопросторової організації туристичного процесу, проєктувати його стратегічний розвиток на засадах сталості.

**РН 7.** Організувати співпрацю зі стейкхолдерами, формувати механізми взаємодії суб'єктів туристичного ринку з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.

**РН 12.** Аналізувати, формулювати і реалізовувати національну та регіональну туристичну політику, вдосконалювати механізми управління туристичними дестинаціями на національному, регіональному та локальному рівнях.

**РН14.** Планувати і викладати спеціальні навчальні дисципліни у закладах вищої освіти, розробляти їх методичне забезпечення.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК8- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 13 / 2

### 3. Програма навчальної дисципліни

#### Змістовий модуль 1. Формування, розвиток та оцінювання туристичних дестинацій

##### Тема 1. Теоретичні основи формування і розвитку туристичних дестинацій

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.

Поняття туристичної дестинації - багатоаспектна системна науково-практична категорія, яка включає одночасно риси менеджменту – об'єкт і суб'єкт управління; маркетингу – попит і пропозицію; економіки – суб'єкт господарської діяльності; географічні ознаки – геопросторові характеристики. Класифікація видів дестинацій за різними ознаками. Еволюція поняття “туристичної дестинації”. Умови та чинники розвитку туристичної дестинації. Ознаки дестинації. Модель дестинації - інтегрована функція низки змінних: туристичні ресурси, туристична інфраструктура, інституційне середовище та система механізмів управління в туризмі, брендінг, трансформаційний потенціал сталого розвитку. 6А-модель туристичної дестинації.

Теорії розвитку туристичних дестинацій.

##### Тема 2. Методологія дослідження туристичних дестинацій

Цілі та напрями досліджень 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.

Оцінка існуючих і потенційних ресурсів туризму. Особливості оцінки нематеріальних ресурсів туристичної дестинації: репутації, образу, культури, людських ресурсів.

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

Оцінка ринкових тенденцій і ринкової продуктивності дестинації.

Аналіз конкурентоспроможності дестинації.

Методика оцінки дестинації з огляду ефективності її розвитку. Ефективність управління туристичними дестинаціями.

Спеціальні методики дослідження туристичних дестинацій: IDES (Інтерактивна система оцінки дестинації), DIM-методологія (група діагностичних інструментів, які аналізують ситуацію в цілях розробки майбутніх аналіз, PESTLE-аналіз, оцінка впливу п'яти сил Моделі Портера та інші.

Діагностика сталості туризму в дестинації 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 дестинації.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК8- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 13 / 2

## **Змістовий модуль 2. Управління туристичними destinations**

### **Тема 3. Маркетинг туристичних destinations**

Сутність територіального маркетингу. Комплекс маркетингу туристичної destinations.

Маркетинговий підхід до формування туристичного продукту destinations. Управління процесом формування, просування і реалізації туристичного продукту місця - туристичної destinations. Спеціальні інструменти просування туристичних destinations.

Споживча поведінка відвідувачів туристичних destinations. Особливості “ланцюжка споживчих цінностей” в туризмі.

Позиціонування - процес вибору ринкової позиції для турпродукту destinations.

Конкурентоспроможність туристичних destinations. Методологія оцінки конкурентоздатності туристичної destinations. Детермінанти національної конкурентоспроможності. “Діамант” М. Портера.

Інформаційно-аналітичне забезпечення маркетингу туристичної destinations.

Особливості формування та реалізації маркетингової стратегії destinations.

### **Тема 4. Кластери як необхідна умова ефективного розвитку туристичної destinations.**

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 destinations. 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. Кластери та інноваційний розвиток України.

### **Тема 5. Формування оптимальної моделі стратегічного управління туристичними destinations в контексті сталого розвитку.**

Туристська destinations як управлінська категорія. Destinations - об'єкт туристичної пропозиції та специфічний об'єкта управління в туризмі. Управління територіальними рекреаційно-туристськими системами. Форми, методи та механізми управління туристичними destinations.

Життєвий цикл туристичної destinations. Еволюція циклу туристичної destinations. Фази розвитку туристичних destinations. Управління туристичними destinations на різних етапах життєвого циклу.

Прикладні аспекти управління туристичними destinations. Методичні підходи до управління туристичним потенціалом destinations. Моделювання туристичних потоків destinations.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК8- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 13 / 2

Управління якістю послуг як основа розвитку туристичних дестинацій. Принципи управління якістю. Складові компоненти якості туристичних послуг. Характеристика системи якості послуг на засадах стандартів ISO. Механізм управління якістю туристичних послуг на регіональному ринку.

Формування бренду та іміджу туристичних дестинацій. Мультикорисний товар. Мультикорисність території. Формалізовані та неформалізовані бренди дестинації. Туристичні логотипи. Цінності бренда. Трикутник бренда за Л. Чернатоні. Напрями впливу туристичного бренда. Переваги брендингу для дестинації та для туриста. Етапи створення бренду. Методики оцінювання бренда. Імідж туристичної дестинації.

#### 4. Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Кредитні модулі	Змістові модулі	Кількість годин			
		Всього	Лекції	Практичні	Самостійна робота
1	2	3	4	5	6
№ 1	<b>Змістовий модуль 1. Формування, розвиток та оцінювання туристичних дестинацій</b>				
	Тема 1. Теоретичні основи формування і розвитку туристичних дестинацій	30	4	6	20
	Тема 2. Методологія дослідження туристичних дестинацій	30	2	8	20
	<b>Разом змістовий модуль 1</b>	<b>60</b>	<b>6</b>	<b>14</b>	<b>40</b>
№ 2	<b>Змістовий модуль 2. Управління туристичними дестинаціями</b>				
	Тема 3. Маркетинг туристичних дестинацій	30	4	6	20
	Тема 4. Кластери як необхідна умова ефективного розвитку туристичної дестинації.	30	2	6	22
	Тема 5. Формування оптимальної моделі стратегічного управління туристичними дестинаціями в контексті сталого розвитку.	30	4	6	20
	<b>Разом змістовий модуль 2</b>	<b>90</b>	<b>10</b>	<b>18</b>	<b>62</b>
	<b>ВСЬОГО</b>	<b>150</b>	<b>16</b>	<b>32</b>	<b>102</b>

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК8- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 13 / 2

## 5. Темати практичних занять

№	Назва теми	Кількість годин
1.	Типізація туристичних дестинацій	2
2.	Аналіз розвитку туристичних дестинацій на регіональному, субрегіональному та національному рівнях	2
3.	Оцінювання атрактивності географічного середовища туристичної дестинації	2
4.	Оцінювання сформованості туристичних дестинацій України	4
5.	“Три Полісся” - перспективна транскордонна туристична дестинація: комплексне оцінювання	2
6.	Оцінювання туристичної дестинації за показниками ефективності її розвитку	2
7.	Детермінанти національної конкурентоспроможності М.Портера	2
8.	Профіль конкурентоспроможності туристичної дестинації	4
9.	Кластерний аналіз туристичної дестинації	6
10.	СВОТ-аналіз для формування стратегії розвитку туристичних дестинацій	2
11.	Принципи сталого розвитку туристичних дестинацій: розгляд кейсів	4
РАЗОМ		32

## 6. Завдання для самостійної роботи

Формами організації самостійної роботи студентів при вивченні матеріалу навчальної дисципліни є:

- опрацювання основ лекційного матеріалу;
- підготовка до поточного контролю теоретичних знань;
- систематика вивченого матеріалу курсу перед екзаменом;
- вивчення окремих тем або питань, що передбачені для самостійного опрацювання з підготовкою письмових звітів.

Перелік питань, що виносяться на самостійне опрацювання:

### Тема 1. Теоретичні основи формування і розвитку туристичних дестинацій

1. Соціально-економічний феномен туризму. Поляризоване зростання в туризмі.
2. Понятійно-категоріальний апарат: туристський центр, центр туризму, туристський регіон, туристська зона.

### Тема 2. Методологія дослідження туристичних дестинацій

1. Оцінка існуючих і потенційних ресурсів туризму.
2. Методика оцінки дестинації з огляду ефективності її розвитку. Ефективність управління туристичними дестинаціями.
3. PESTLE-аналіз, оцінка впливу п'яти сил Моделі Портера.

### Тема 3. Маркетинг туристичних дестинацій

1. Сутність територіального маркетингу. Комплекс маркетингу туристичної дестинації.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК8- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 13 / 2

2. Споживча поведінка відвідувачів туристичних дестинацій. Особливості “ланцюжка споживчих цінностей” в туризмі.

3. Інформаційно-аналітичне забезпечення маркетингу туристичної дестинації.

**Тема 4. Кластери як необхідна умова ефективного розвитку туристичної дестинації.**

1. Роботи з кластерної проблематики М. Портера, Розенфельда.

2. Кластерні стратегії в Європі.

**Тема 5. Формування оптимальної моделі стратегічного управління туристичними дестинаціями в контексті сталого розвитку.**

1. Управління якістю послуг як основа розвитку туристичних дестинацій. Принципи управління якістю. Складові компоненти якості туристичних послуг. Характеристика системи якості послуг на засадах стандартів ISO.

2. Імідж туристичної дестинації.

## 7. Індивідуальні завдання

Виконання індивідуального навчально-дослідницького завдання на тему «Менеджмент туристичної дестинації (на прикладі \_\_\_\_\_)» з подальшим представленням звіту в аудиторії під час практичного заняття. Вибір туристичної дестинації — довільний.

Зміст індивідуального навчально-дослідницького завдання

1. Географічне визначення туристичної дестинації.

2. Характеристика здійснених за останні 5-10 років перетворень та розвитку туристичної дестинації.

3. Значення та роль розвитку дестинації з точки зору туризму.

4. Пропоновані альтернативні можливості розвитку туристичної дестинації.

5. Висновки.

6. Використані джерела інформації

Вимоги до оформлення: шрифт «Times New Roman», розмір 14, міжрядковий інтервал – 1,5 пт, абзац – 1 см, вирівнювання тексту по ширині, поля: верхнє та нижнє – 2 см, ліве – 3 см, праве – 1,5 см. Обсяг роботи 6 – 15 сторінок формату А4. Супровідний матеріал під час представлення результатів роботи: мультимедійна презентація з 10-15 слайдів.



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК8- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 13 / 2

## 8. Методи контролю

В процесі вивчення дисципліни використовуються наступні методи оцінювання навчальної роботи студента:

- поточне тестування та опитування;
- усне опитування;
- підсумкове тестування з кожного змістового модуля (модульна контрольна робота);
- оцінювання виконання індивідуальних завдань та самостійної роботи;
- підсумковий екзамен.

Успішність студентів оцінюється за 100 бальною шкалою, завершується вивчення дисципліни формою контролю «екзамен».

Оцінювання здійснюється таким чином:

1. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять, участі у ділових іграх і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Поточний контроль реалізується у формі опитування, захисту результатів практичних робіт, виступів на практичних заняттях, експрес-контролю знань тощо, перевірки результатів виконання індивідуальних навчально-дослідницьких завдань, контролю засвоєння навчального матеріалу, запланованого на самостійне опрацювання студентом тощо. Результати поточного контролю оцінюються в межах від 0 до 60 балів (аудиторна робота — від 0 до 20 балів, самостійна робота - від 0 до 20 балів, індивідуальна робота - від 0 до 20 балів).

Поточне оцінювання						Модульні контрольні роботи
Змістовний модуль 1			Змістовний модуль 2			
Аудиторна робота	Індивідуальна робота	Самостійна робота	Аудиторна робота	Індивідуальна робота	Самостійна робота	20 + 20
10	10	10	10	10	10	

2. Проміжний контроль знань здійснюється під час виконання модульних контрольних робіт, які оцінюються в балах від 0 до 40.

3. Підсумкова семестрова оцінка визначається як сума поточного контролю та оцінки за модульну контрольну роботу у балах з подальшим переведенням у 4-бальну вітчизняну та шкалу ECTS. Екзамен виставляється за умови, якщо студент виконав усі види навчальної роботи, визначені робочою навчальною програмою дисципліни, та отримав позитивні підсумкові оцінки за кожен із змістових модулів, набравши при цьому не менше 60 балів у сумі.

## 9. Схема нарахування балів

За шкалою	Екзамен	Залік	Бали
A	Відмінно	Зараховано	90-100
B	добре	Зараховано	82-89
C			74-81
D	Задовільно	Зараховано	64-73
E			60-63
FX	Незадовільно	Не зараховано	35-59
F		Не зараховано	0-34

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК8- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 13 / 2

10.

## Рекомендована література

### *Основна література*

1. Гаврилюк С.П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу" / С.П. Гаврилюк; [навч. посібник] - К.: Київ. Національний торговий економічний університет, 2006. - 180 с.
2. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: Підручник. – К.: Знання, 2010. – 502 с.
3. 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.
4. Управління регіональним розвитком туризму: Навчальний посібник. / За ред. В.Ф. Семенова –Одеса, 2011. - 225 с.

### *Допоміжна література*

1. Географічні аспекти розвитку туризму (на прикладі України та Польщі): монографія / В.Г. Явкін, В.П. Руденко, В.М. Андрейчук, О.Д. Король та ін. – Чернівці: Чернівецький національний університет, 2010. – 344 с.
2. Конспект лекцій з дисципліни «Сільський та зелений туризм» для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм». – Полтава: ПНТУ, 2015. – 101 с.
3. Любіцева О. О., Третьяков О. В. Типізація дестинацій // Географія та туризм: зб. наук. пр. – К., 2012. – Вип. 17. – С. 3-9.
4. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : Підручник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич – К. : Знання, 2008. – 661 с.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК8- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 13 / 2

5. Пушкар Б.Т. Територіальна організація рекреаційного господарства регіону. / Б.Т. Пушкар, З.М. Пушкар. – Тернопіль: «Вектор» 2014. – 196 с.
6. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка / В. В. Ковалевський, О.Л. Михайлюк, В. Ф. Семенов. 9-е видання. – Київ: Знання, 2009. – 373 с.
7. Семенов В.Ф. Мозгальова В.М. та ін. Регіональний вимір рекреаційно-туристичної діяльності // За ред. В.Ф.Семенова / Монографія, Одеса, Оптимум,2008.-201с.
8. Семенов В.Ф.Регіональна економіка / В.Ф.Семенов, Т.О Проценко; [навчальний посібник] – К.: МП "Леся", 2009. - 708 с.
9. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія. Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 312 с.
10. Blanke, J., Chiesa, T. (editors), The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009. Managing in a Time of Turbulence. World Economic Forum Geneva, Switzerland 2009, available at <http://www.weforum.org/pdf/TTCR09/TTCR09 FullReport.pdf>.
11. Butler,R.W. (1980) The concept of a tourist area cycle of evolution: implication for the management of resources. Canadian Geographer 24, 5–12.
12. Gartner W.C. Tourism Development: Principles, Processes and Policies. – USA, 1996. – 432 p.1111
13. Kotler, Ph., Bowen, J.T., Markens, J.C., 2006. Marketing for Hospitality and Tourism, New Jersey, Pearson Prentice Hall International Edition.
14. Medlik S. Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality. – S. Medlik. – 3-d ed. – Elsevier Science, 2003.
15. Neil Leiper. Tourism Management. — Pearson Education Australia, 2004. — 455 p.
16. Porter Michael, E., 1998. Clusters and the New Economics of Competition. Harvard Business Review, Reprint 98609 Harvard Business Review November – December Accepting of Applications has Began for Participation of Tourist Areas of Grodno and Brest Regions in a Project Aimed at Developing the Private Tourism Business // <http://undp.by/ru/undp/news/belarus/26-11-2012-n1.html>
17. and leisure management. Sheffield Hallam University. UK (1998) 371 p.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.10- 05.01/242.00.1/М/ОК8- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 13 / 2

### *Інформаційні ресурси в Інтернет*

1. Офіційний сайт Світового банку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.worldbank.org>
2. Всесвітній економічний форум (англ.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/index.htm>
3. 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](http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research/Economic_Data_Search_Tool/index.php)
4. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. Офіційний веб-сайт. <http://www.me.gov.ua>
5. Офіційний веб-портал Верховної Ради України <http://www.rada.gov.ua/>
6. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
7. Офіційний сайт Європейського Союзу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.europa.eu.int>
8. Офіційний сайт ООН [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.un.org>
9. Офіційний сайт Світової спадщини ЮНЕСКО (англ.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://whc.unesco.org>
10. Cross-Border Cooperation Programme Poland-Belarus-Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pl-by-ua.eu/>
11. The World Factbook ЦРУ США (англ.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.cia.gov>
12. World Tourism Organization UNWTO [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www2.unwto.org>