

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ

КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ ВОДНОГО ТРАНСПОРТУ
ІМЕНІ ГЕТЬМАНА ПЕТРА КОНШЕВИЧА-САГАЙДАЧНОГО

ФАКУЛЬТЕТ СУДНОВОДІННЯ
КАФЕДРА ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ВОДНОГО
ТРАНСПОРТУ

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан факультету

к.ю.н., доц.  О. П. Єлезаров

« 29 » 08 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ ТА РЕКЛАМІ»

рівень вищої освіти другий (магістерський)

галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

спеціальність 242 «Туризм»

ОПП «Рекламно-туристичний бізнес»

2023—2024 навчальний рік

Робоча програма «Інноваційні технології в туризмі та рекламі» для здобувачів рівня вищої освіти другого (магістерського) за спеціальністю 242 «Туризм» освітньо-професійної програми «Рекламно-туристичний бізнес» за нормативною програмою. Київ: ДУІТ, 2023. 12 с.

Розробниця:

Лерніченко Катерина Валеріївна, к.е.н., доцент,
доцент кафедри інфраструктури та інноваційних технологій водного транспорту

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри інфраструктури та інноваційних технологій водного транспорту

Протокол № 1 від «29» серпня 2023 року

В. о. завідувача кафедри ІТВТ
PhD

 Світлана БОЙКО

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, рівень, ступінь освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів — 4	Галузь знань <i>24 «Сфера обслуговування»</i>	Обов'язкова	
Модулів — 1	Спеціальність: <i>242 «Туризм»</i>	Рік підготовки	
Змістових модулів — 2		1-й	—
Індивідуальне науково- дослідне завдання —		Семестр	
Загальна кількість годин — 120		1-й	—
		Лекції	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних — 6,7 самостійної роботи здобувача — 13,3	Освітня програма: <i>«Рекламно-туристичний бізнес»</i>	16 год.	6 год.
		Практичні	
		24 год.	6 год.
	Рівень вищої освіти: <i>другий (магістерський)</i>	Лабораторні	
		— год.	— год.
		Самостійна робота	
	Ступінь вищої освіти: <i>магістр</i>	80 год.	108 год.
		Індивідуальні завдання:	
— год.			
Вид контролю:			
	іспит	іспит	

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить (%):

для денної форми навчання — 33/67

для заочної форми навчання — 10/90

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета — формування бази знань, необхідної для підготовки фахівців, які володіють належними професійними компетентностями та здатні виявляти й вирішувати багатоваріантні спеціалізовані задачі щодо інновацій у сфері туризму та реклами, інноваційних підходів, які використовуються в туристичному бізнесі, технологічних та інноваційних рішень для підвищення рівня комфорту та безпеки туристів, впливу цифрових інструментів, таких як мобільні додатки, інтернет-ресурси та соціальні мережі, на розвиток сфери туризму та актуалізація завдань та викликів у сучасному світі туризму завдяки інноваційним підходам.

Завдання — створити здобувачам необхідні умови для досягнення зазначеної мети.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми здобувачі повинні

знати:

- суть інновацій, їхнього значення та ролі в сучасній туристичній і рекламній сферах;
- сучасні технології, інформаційні системи та інші інструменти, що використовуються в галузі туризму;

- інноваційні підходи в сфері сталого розвитку та зеленого туризму;
- сучасні маркетингові стратегії, що застосовуються в туристичному бізнесі;
- ефективні інструменти просування туристичних послуг у соціальних мережах та в інтернеті;
- питання безпеки і конфіденційності в інформаційних технологіях у галузі туризму та реклами;

вміти:

- аналізувати та оцінювати інноваційні підходи та новітні технології в туризмі та рекламі;
- використовувати сучасні інформаційні системи і технологій в організації та управлінні туристичним бізнесом;
- розробляти та впроваджувати інноваційні маркетингові стратегії у туристичній сфері;
- працювати з соціальними мережами та інтернет-ресурсами для просування туристичних послуг;
- оцінювати та здійснювати аналіз ризиків, пов'язаних із використанням інновацій у туризмі;
- просувати засади сталого розвитку та зеленого туризму з використанням інноваційних підходів.

Програмні компетентності, які повинні набути здобувачі в результаті вивчення дисципліни згідно ОПП:

ІК. Здатність розв'язувати складні задачі дослідницького та інноваційного характеру у сфері туризму і реклами.

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

ЗК 2. Здатність вести професійну діяльність у міжнародному та вітчизняному професійному середовищі.

ЗК 4. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

СК 1. Здатність застосовувати у професійній діяльності категорійно-термінологічний апарат, концепції, методи та інструментарій системи наук, що формують науковий базис туризму та рекреації.

СК 3. Здатність до управління туристичним процесом у публічному секторі, в туристичній дестинації, туристичному підприємстві на різних ієрархічних рівнях.

СК 5. Здатність оперувати інструментами збору, обробки інформації, аналізувати та управляти туристичною інформацією.

Програмні результати навчання, які мають отримати здобувачі згідно ОПП:

ПРН 2. Спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур у сфері туризму і рекреації.

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

ПРН 10. Приймати ефективні рішення у сфері туризму та рекреації щодо розв'язання широкого кола проблем, зокрема безпеки і якості туристичного обслуговування.

ПРН 13. Застосовувати знання для використання прикладних підходів при вирішенні проблем морського та річкового туризму.

ПРН 14. Використовувати спеціалізовані знання та уміння для організації і управління в морському та річковому туризмі, в т.ч. круїзних перевезень.

3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1 Поняття і засади інноваційних технологій в туризмі й рекламі

Тема 1 ПОНЯТТЯ ТА ЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

Інновації в туризмі. Нормативно-правова база, яка регулює інноваційну діяльність. Поняття «технологія». Інновації в спортивному туризмі. Продуктові інновації. Управлінські інновації. Сервісні інновації. Технологічні інновації. Інноваційні види туризму. Геотуризм. Креативний туризм. Віртуальний туризм. Джайлоо-туризм. Індустріальний туризм. Екстремальний туризм. Види екстремального туризму. Гірські види туризму. Водні види екстремального туризму. Дайвінг. Повітряні види активного туризму.

Тема 2 ПОНЯТТЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Сутність визначення «рекламна діяльність». Аспекти вільного часу. Цикли рекламної діяльності. Види потреб у рекламі. Зв'язки між групами рекламних потреб. Економічна функція рекламної діяльності. Шляхи задоволення потреб у рекламі. Передумови організації рекламної діяльності. Життєві цикли рекламної діяльності.

Класифікація рекламної діяльності за тривалістю, за сезонною ознакою, за віковими показниками, за характером організації, за територіальною ознакою тощо.

Тема 3 ІННОВАЦІЙНІ УПРАВЛІНСЬКІ ПРОЦЕСИ В ТУРИЗМІ

Інновації в управлінні туристськими підприємствами. Стратегічні альянси. Класифікація міжнародних стратегічних альянсів. Ключові фактори успіху стратегічних альянсів. Види стратегічних альянсів. Форми взаємодії учасників альянсу. Ділова корпорація. Добровільні союзи. Різновиди відносин між власником готелю (групою готелів) і управлінською ланкою готелю. Основні етапи формування та розвитку міжнародних готельних мереж.

Інноваційні процеси в просуванні й комерціалізації туристського продукту. Впровадження електронного бізнесу. Споживчий маркетинг (Customer Relationship Management — CRM). Продуктові стратегії маркетингу.

Тема 4 УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ. УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ

Управління інноваціями. Прагматична класифікація клієнтів. Класифікація споживачів за сприйнятливістю інновацій. Залучення співробітників до участі в інноваційних процесах. Причини негативного ставлення до змін. Причини опору нововведенням. Створення команди.

Управління знаннями. Генерування ідей. Менеджер ідей.

Змістовий модуль 2 Особливості інноваційних технологій в туризмі і рекламі

Тема 5 ІНФОРМАЦІЙНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПРОЦЕСАХ ТУРИСТСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

Інформаційні технології, їхнє впровадження у виробничі процеси. Учасники телекомунікаційних систем. Телекомунікаційні протоколи та технології www (world wide web), wap (wireless application protocol), GPRS (General Packet Radio Service), NGN (Next Generation Network). Особливості інформаційних технологій. «Електронний уряд».

Способи поширення інноваційних продуктів. Передача інноваційних технологій на комерційній, так і на безвідплатній основах. Ліцензійні угоди. Ліцензійні платежі.

Застосування інформаційних технологій у туризмі. Причини стримання споживачів від покупок в онлайн-режимі. Особливості технології придбання турів.

Глобальні розподільні системи (Global Distribution Systems — GDS) та автоматизація діяльності туристських підприємств. Системи «Галілео» (Galileo), «Амадеус» (Amadeus), «Сабр» (Sabre), «Ворлдспан» (Worldspan). Географічне охоплення глобальних систем бронювання. Характеристика систем бронювання, що діють у глобальному інформаційному просторі.

Тема 6 ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ

Поняття «електронна комерція». Стадії інтеграції в інтернет-бізнес. основні функції підприємства, що зберігаються після повної автоматизації бізнес-процесів.

Розкручування брендів. Види електронної торгівлі: B2B (бізнес для бізнесу) і B2C (бізнес для споживачів). Тенденції використання таких систем. Недоліків цих систем. Віртуальні туристські агентства.

Бар'єри на шляху впровадження електронних платежів через інтернет у секторі B2C.

Тема 7 РЕКЛАМА ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ПРОСУВАННЯ

Загальна характеристика соціальних мереж та їхня класифікація. Найбільш вживані поняття в мережевих системах: блог, блогер, блогосфера, контент, акаунт.

Маркетингові комунікації в соціальних мережах. Оптимізація ресурсу під соціальні медіа (Social Media Optimization (SMO)). Маркетинг у соціальних медіа (Social Media Marketing (SMM)). Управління репутацією в пошукових системах (Search engine reputation management (SERM)).

Основи просування товарів і послуг у соціальних мережах. Цілі. Напрями. Характеристика і вартість послуг компаній, що займаються просуванням сайтів. Необхідність створення застосунків у соціальних мережах.

Механізм просування готельних і туристичних послуг у соціальних мережах. Комунікаційні формати. Основні завдання персоналу відділу маркетингу і реклами туристського (готельного) підприємства в соціальних мережах.

Тема 8 ІННОВАЦІЙНІ ПРОЄКТИ В ТУРИЗМІ

Нові види та форми організації подорожей

Особливості екстремального туризму

Сухопутний туризм

Пригодницькі тури

Повітряний туризм, відпочинок і розваги

Водний туризм

Інші інноваційні напрями в туризмі

Система клубного відпочинку таймшер

Аналіз тенденцій розвитку ринку світового медичного туризму.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с.р.		л	п	лаб.	інд.	с.р.
Змістовий модуль 1. Поняття і засади інноваційних технологій в туризмі і рекламі												
Тема 1 Поняття та значення інновацій у сфері туризму	14	2	2			10	17	2	2		13	
Тема 2 Поняття та класифікація рекламної діяльності	14	2	2			10	17	2	2		13	
Тема 3 Інноваційні управлінські процеси в туризмі	16	2	4			10	14				14	
Тема 4 Управління інноваціями. Управління знаннями	16	2	4			10	14				14	
Разом за змістовим модулем 1	60	4	12			40	62	4	4		54	
Змістовий модуль 2. Особливості інноваційних технологій в туризмі і рекламі												
Тема 5 Інформаційні інноваційні технології в процесах туристського обслуговування	14	2	2			10	17	2	2		13	
Тема 6 Електронна комерція	14	2	2			10	14				14	
Тема 7 Реклама товарів та послуг у соціальних мережах: просування	16	2	4			10	14				14	
Тема 8 Інноваційні проекти в туризмі	16	2	4			10	13				13	
Разом за змістовим модулем 2	60	4	12			40	58	2	2		54	
Усього годин	120	16	24			80	120	6	6		108	

5. ТЕМИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Д.ф.н.	З.ф.н.
Змістовий модуль 1. Поняття і засади інноваційних технологій в туризмі і рекламі			
1	Тема 1 Поняття та значення інновацій у сфері туризму	1	1
2	Тема 2 Поняття та класифікація рекламної діяльності	1	1
3	Тема 3 Інноваційні управлінські процеси в туризмі	2	
4	Тема 4 Управління інноваціями. Управління знаннями	2	
Змістовий модуль 2. Особливості інноваційних технологій в туризмі і рекламі			
5	Тема 5 Інформаційні інноваційні технології в процесах туристського обслуговування	1	1
6	Тема 6 Електронна комерція	1	
7	Тема 7 Реклама товарів та послуг у соціальних мережах: просування	2	
8	Тема 8 Інноваційні проекти в туризмі	2	
	Разом	12	3

6. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Д.ф.н.	З.ф.н.
Змістовий модуль 1. Поняття і засади інноваційних технологій в туризмі і рекламі			
1	Тема 1 Поняття та значення інновацій у сфері туризму	1	1
2	Тема 2 Поняття та класифікація рекламної діяльності	1	1
3	Тема 3 Інноваційні управлінські процеси в туризмі	2	
4	Тема 4 Управління інноваціями. Управління знаннями	2	
Змістовий модуль 2. Особливості інноваційних технологій в туризмі і рекламі			
5	Тема 5 Інформаційні інноваційні технології в процесах туристського обслуговування	1	1
6	Тема 6 Електронна комерція	1	
7	Тема 7 Реклама товарів та послуг у соціальних мережах: просування	2	
8	Тема 8 Інноваційні проекти в туризмі	2	
	Разом	12	3

7. ТЕМИ ЛАБОРАТОРНИХ ЗАНЯТЬ

Не передбачено планом

8. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Д.ф.н.	З.ф.н.
Змістовий модуль 1. Поняття і засади інноваційних технологій в туризмі і рекламі			
1	Тема 1 Поняття та значення інновацій у сфері туризму	10	13
2	Тема 2 Поняття та класифікація рекламної діяльності	10	13
3	Тема 3 Інноваційні управлінські процеси в туризмі	10	14
4	Тема 4 Управління інноваціями. Управління знаннями	10	14
Змістовий модуль 2. Особливості інноваційних технологій в туризмі і рекламі			
5	Тема 5 Інформаційні інноваційні технології в процесах туристського обслуговування	10	13
6	Тема 6 Електронна комерція	10	14
7	Тема 7 Реклама товарів та послуг у соціальних мережах: просування	10	14
8	Тема 8 Інноваційні проекти в туризмі	10	13
	Разом	80	108

9. ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

Не передбачено планом

9.1 ДЕННА ФОРМА НАВЧАННЯ

Кожен здобувач повинен виконати практичні роботи (8), виступити на семінарських заняттях, підготувати й захистити доповідь за матеріалом дисципліни, що вивчається індивідуально, підготувати наукові тези та виконати модульні контрольні роботи (2).

Результатом виступів на практичних і семінарських заняттях є отримання здобувачем фахових компетентностей з інноваційних технологій в туризмі та рекламі.

Доповідь оформлюється в електронному документі (Word) (10—15 сторінок формату А4;

шрифт Times New Roman 14 кегль; півтора інтервали; поля: з лівого боку — 2,5 см, зверху, знизу та з правого боку — 1,5 см) та у вигляді презентації (Power Point). Захист – усно, 5—7 хв. За матеріалами доповіді подаються наукові тези.

9.2 ЗАОЧНА ФОРМА НАВЧАННЯ

Кожен здобувач повинен виступити на семінарських заняттях і виконати практичні роботи (3). За бажанням — підготувати наукові тези.

Результатом виступів на практичних і семінарських заняттях є отримання здобувачем фахових компетентностей з інноваційних технологій в туризмі та рекламі.

10. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Проведення лекційних і практичних занять, слайдові презентації (у програмі Power Point) з кожної теми, відеолекції, роздатковий матеріал, дискусійне обговорення проблемних питань. На семінарських і практичних заняттях здобувачі застосовують свої теоретичні знання щодо інновацій у сфері туризму та рекламної діяльності, інноваційних управлінських процесів в туризмі, управління інноваціями та знаннями, інформаційних інноваційних технологій в процесах туристського обслуговування, електронної комерції, просування товарів та послуг у соціальних мережах, інноваційних проєктів в туризмі і рекламі.

11. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Виконання практичних робіт, модульних контрольних робіт, захист доповіді, написання наукових тез, самостійне вивчення окремих тем курсу.

Оцінювання навчальних досягнень здобувачів за усіма видами навчальних робіт здійснюється за поточним, модульним проміжним та підсумковим контролюми. Поточний контроль знань здобувачів з навчальної дисципліни здійснюється у формі усного опитування, письмового експрес-контролю, виступів здобувачів під час практичних і семінарських занять. Модульний проміжний контроль здійснюється з метою визначення стану поточної успішності здобувачів за певний період навчання. Контрольні завдання за змістовним модулем містять тестові питання.

Контроль самостійної роботи здійснюється:

з лекційного матеріалу — шляхом перевірки конспектів;

з практичних і семінарських занять — завдяки оцінюванню практичної роботи та виступів здобувачів.

Усі контрольні заходи включено до 100-бальної шкали оцінювання.

Підсумковий контроль здійснюється з метою оцінювання результатів навчання здобувачів за семестр. Підсумковий семестровий контроль знань відбувається на заліку у письмовій формі. Заліковий білет містить 40 тестів.

12. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ ЗДОБУВАЧІ

Іспит	
Тести	СУМА
1—40 тестів, кожна правильна відповідь оцінюється в 1 бал	40 балів

Практична робота, виступи на семінарських заняттях, доповідь, тези			
Пр № 1—8	Виступи на сем. зан.	Доповідь, тези	СУМА
20 балів	10 балів	10 балів	40 балів

Модульні контрольні роботи (МКР)		
МКР 1	МКР 2	СУМА
10 балів	10 балів	20 балів

Підсумкова оцінка виставляється з урахуванням суми балів за I-м, II-м, III-м модулями та набраними балами за відповідь на екзаменаційний білет.

Шкала оцінювання

Оцінка за 100-бальною шкалою факультету	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ESTS	
90-100 балів	Відмінно	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
82-89 балів	Добре	B	Добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
75-81 балів	Добре	C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
64-74 балів	Задовільно	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
60-63 балів	Задовільно	E	Достатньо (виконання задовольняє мінімальним критеріям)
35-59 балів	Незадовільно	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
1-34 балів	Незадовільно	F	Незадовільно (з обов'язковим повторним складанням)

13. Методичне забезпечення

1. Конспект лекцій з дисципліни.
2. Лерніченко К. В. Методичні вказівки до практичних робіт з дисципліни «Інноваційні технології в туризмі та рекламі» для здобувачів денної та заочної форм навчання другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 24 «Сфера обслуговування» спеціальності 242 «Туризм» ОПШ «Рекламно-туристичний бізнес». К.: ДУІТ, 2023. 36 с.

14. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

1. Величко В. В. Організація рекреаційних послуг: навчальний посібник. Харків: Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова, 2013. 202 с.
2. Гап'юк Ю. Ю. Просування товарів та послуг з використанням соціальних мережах. Автореферат на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти. Івано-Франківськ. 2022. 12 с.
3. Гірна О., Гайворонська І., Власенко Д., Бродюк І., Вербицька А. До питання вдосконалення українських підприємницьких стратегій: digital-маркетинг як сучасний інструмент просування товарів та послуг у соціальних мережах. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice. 2(43). 2022. 349–356. DOI:10.55643/fcapter.2.43.2022.3752.

4. Головка О. М. Теоретичні та практичні аспекти інновацій у туристичній галузі. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2018. 150 с.
5. Гончарук Л. С. Рекреаційний туризм: теорія та практика. Київ: Видавництво "Українська книга", 2019. 200 с.
6. Гринчук А. В. Особливості інтернет-маркетингу в електронній комерції. Маркетинг і управління організацією в умовах економіки знань. 4(34). 2019. 97-102.
7. Данилов В. В., Лисенко О. В. Електронна комерція: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні. Інформаційне суспільство. 14, 2019. 70-76.
8. Джинджоян В. В., Тесленко Т. В., Горб К. М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності: навч. посіб. К.: Видав. «Каравела», 2022. 340 с.
9. Євсейцева О., Люльчак З., Семенда О., Ярвіс М., Пономаренко І. Digital-маркетинг як сучасний інструмент просування товарів та послуг у соціальних мережах. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice. 1(42). 2022. 361–370. DOI:10.55643/fcattrp.1.42.2022.3723.
10. Жукова М. С. Рекреація та відпочинок в сучасному суспільстві. Дніпро: Видавництво Дніпропетровського національного університету, 2020. 160 с.
11. Жукова Н. С. Туризм та інновації: актуальні проблеми розвитку. Дніпро: Видавництво Дніпропетровського національного університету, 2019. 160 с.
12. Журба І., Несторишен І., Матюх С. Ініціативи всесвітньої туристичної організації щодо стимулювання інноваційних технологій в туризмі. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. 1(5). 2022. 60-64. DOI:10.32782/2708-4949.1(5).2022.11.
13. Іванов О. О. Ефективність використання інтернет-технологій у сфері електронної комерції. Управління розвитком. 1(39). 2019. 104-110.
14. Іванова Л. П. Інноваційний розвиток готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Одеса: Видавництво Одеського національного університету, 2020. 180 с.
15. Іванова Н. О. Рекреаційні види туризму в Україні: проблеми та перспективи розвитку. Київ: Видавництво «Наукова думка», 2019. 175 с.
16. Карпов Д. В., Коваленко Л. В. Електронна комерція як інструмент підвищення ефективності бізнесу. Економічний аналіз. 30(4). 2019. 107-113.
17. Лисенко О. М. Класифікація видів рекреаційної діяльності. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2019. 150 с.
18. Несторишен І. Інноваційний та проєктний менеджмент в туризмі. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. 1(7). 2023. 21-26.
19. Павленко С. М. Основні тенденції розвитку електронної комерції в Україні. Вісник Хмельницького національного університету. (2). 2019. 31-35.
20. Петренко О. В. Інноваційні підходи до розвитку екологічного туризму в Україні. Київ: Видавництво «Наукова думка», 2018. 175 с.
21. Побережний Р. О. Інновації в туризмі: теоретичний аспект. Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Економічні науки. Bulletin of the National Technical University "KhPI". Economic sciences: зб. наук. пр. Харків: НТУ "ХПІ", 2019. № 23. С. 64-69.
22. Похилько С. В., Єременко А. Ю. Соціальні мережі як майданчик для створення та розвитку бізнес-проєктів. Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. 2020. № 3. С. 130–139. DOI: 10.21272/1817-9215.2020.3-14.
23. Сидоренко В. П. Організація та управління рекреаційною діяльністю. Одеса: Видавництво Одеського національного університету, 2020. 180 с.

24. Скрипченко І. Т. Інновації в туристичній галузі України: проблеми та перспективи розвитку. Київ: Видавництво «Туристична Україна», 2019. 200 с.
25. Скрипченко І. Т. Інноваційні технології в туризмі: навчальний посібник. Дніпро: Журфонд, 2021. 137с
26. Угоднікова О. І. Управління проєктами в туризмі: навч. Посібник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 141 с.
27. Ярмолук О., Фісун Ю., Шаповалова А. Соціальні мережі як сучасний інструмент просування. Підприємництво та інновації. 11-2. 2020. 62-65. DOI:10.37320/2415-3583/11.28.

14. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

Офіційні сайти Інтернет, законодавчі та нормативні акти, періодичні видання (спеціалізовані журнали: «Порти України» та ін.), статистичні дані.

Розробниця:
доц. каф. ПТВТ, к.е.н. , доцент



К. В. Лерніченко