

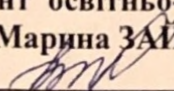
МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ І МУЗЕЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ
КАФЕДРА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

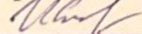
ЗАТВЕРДЖУЮ:

Гарант освітньо-професійної програми
доц. Марина ЗАЙЦЕВА


25 серпня 2020 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Проректор з навчальної роботи
проф. Інна СТАШЕВСЬКА


24.08 2020 р.

Силабус
навчальної дисципліни

«УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ДЕСТИНАЦІЯМИ»

Освітньо-професійна програма — Туризмознавство

Спеціальність — 242 Туризм

Галузь знань — 24 Сфера обслуговування

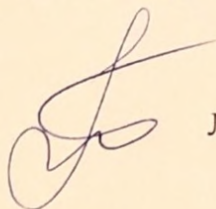
Ступінь вищої освіти – бакалавр

Харків - 2020

Силабус склала
Кандидат економічних наук, старший викладач
Терещенко Людмила Володимирівна

Силабус затверджено на засіданні кафедри туристичного бізнесу,
протокол № 2 від «25» серпня 2020 р.

Завідувач кафедри туристичного бізнесу,
доктор культурології, доцент



Любов БОЖКО

Силабус затверджено на засіданні групи забезпечення спеціальності «туризм», протокол № 1
від «25» серпня 2020 р.

Голова групи забезпечення
доктор культурології, доцент



Любов БОЖКО

1. Загальна інформація про дисципліну

1	Назва дисципліни	Управління туристичними дестинаціями
2	Викладач	Терещенко Людмила Володимирівна
3	Контактні дані викладача (роб.тел., емейл)	
4	Статус дисципліни (обов'язкова чи вибіркова)	Вибіркова
5	Рік підготовки	3
6	Семестр	8
7	Лекції (год.)	20
8	Практичні (семінарські, лабораторні) заняття (год.)	10
9	Самостійна робота (год.)	60
10	Індивідуальна робота (год.)	—
11	Кількість кредитів	4
12	Загальна кількість годин	90
13	Види поточного контролю	поточне опитування, контрольні тестування, реферати
14	Вид підсумкового контролю	залік

2. Анотація дисципліни

2.1. Місце дисципліни в програмі навчання

Дисципліна «Економіка вражень» вивчається в 8 семестрі четвертого року підготовки бакалаврів з туризму. Загальна кількість кредитів - 3. Кількість аудиторних годин - 30.

2.2. Пререквізити та постреквізити дисципліни

Пререквізити (базові знання необхідні для успішного опанування компетентностями), зокрема: базові знання з дисциплін гуманітарного циклу, а також дисципліни природно-наукової, загальноекономічної та правової підготовки - «Економічна теорія», «Маркетинг у туризмі», «Економіка підприємства», «Соціокультурні аспекти бізнес-комунікацій».

Постреквізити: продовжують вивчення даного предмету дисципліни: «Управління туризмом», «Стратегічний маркетинг у туризмі», «Стратегічний менеджмент у туризмі».

2.3. Мета вивчення дисципліни – формування знань з основних закономірностей в сфері інновацій в організації туристичних послуг, роботи з емоційною сферою, виявлення емоційних ринків в економіці вражень.

2.4. Завдання вивчення дисципліни.

– підготувати грамотного фахівця в науковій сфері, пов'язаної з туризмом як видом професійної діяльності;

– ознайомити з сутністю, поняттям та особливостями економіки вражень, її елементами і структурою;

– ознайомити з загальними закономірностями формування концепції інноваційних проектів та емоційних ринків;

– надати базових знань в частині управління туристичним бізнесом в економіці вражень.

– освоїти інноваційну методiku відповідно до особливостей психологічного сприйняття різних вікових категорій і культурних архетипів;

– навчитися виявляти національні особливості різних сегментів споживчого ринку при проведенні інноваційних проектів заявленого профілю.

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

Загальні компетентності: Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу. Прагнення до збереження навколишнього середовища. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. Здатність працювати в міжнародному контексті. Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми. Навички міжособистісної взаємодії. Здатність працювати в команді та автономно.

Професійні компетентності: Знання і розуміння предметної області своєї професії та специфіки професійної діяльності. Уміння застосовувати фахові знання на практиці. Здатність аналізувати туристичний потенціал територій. Здатність орієнтуватись в організації туристично-рекреаційного простору, аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління. Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів. Здатність забезпечувати безпеку туристів у звичайних та складних форс-мажорних обставинах. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал.

2.6. Результати навчання.

Результати вивчення даної освітньої компоненти деталізують такі програмні результати навчання: Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів. 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. Знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ. Пояснювати особливості організації рекреаційно-туристичного простору. Проявляти повагу до індивідуального і культурного різноманіття. Проявляти толерантність до альтернативних принципів та методів виконання професійних завдань. Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань. Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання. Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності. Професійно виконувати завдання в невизначених та екстремальних ситуаціях.

3. Політика дисципліни

3.1. Політика виставлення оцінок (пропущені заняття, відпрацювання пропусків): кожна оцінка виставляється відповідно до розроблених викладачем та заздалегідь оголошених студентам критеріїв, а також мотивується в індивідуальному порядку на вимогу студента; у випадку не відпрацювання студентом усіх передбачених навчальним планом занять, до екзамену він не допускається; пропущені заняття обов'язково мають бути відпрацьовані. Форму і час відпрацювання студент та викладач взаємопогоджують.

3.2. Політика академічної поведінки та доброчесності (плагіат, поведінка в аудиторії): конфліктні ситуації мають відкрито обговорюватись в академічних групах з викладачем, необхідно бути взаємно толерантним, поважати думку іншого. Плагіат та інші форми нечесної роботи неприпустимі. Недопустимі підказки і списування у ході семінарських занять, контрольних роботах, на іспиті.

Норми академічної етики: дисциплінованість; дотримання субординації; чесність; відповідальність; робота в аудиторії з відключеними мобільними телефонами.

Правила дотримання академічної доброчесності працівниками і здобувачами вищої освіти, у тому числі розроблення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату в ХДАК, регламентуються Положеннями: https://ic.ac.kharkov.ua/public_inf/pologen/pologen/pologen_szap.pdf
https://ic.ac.kharkov.ua/public_inf/pologen/pologen/pologen_kpad18.pdf

4. Програма навчальної дисципліни:

Тема, план лекції	Форма заняття	Література	Завдання, год.	Вага оцінки	Термін виконання
Тема 1. Поняття туристичної дестинації 1. Сучасні підходи до визначення поняття «туристична дестинація». 2. Типологія туристичних дестинацій 3. Життєвий цикл туристичних дестинацій	Лекція – 2 год, практичне (семінарське) заняття - 0	1, 2, 5; 1-13; 1-6	2		
Тема 2. Методологія дослідження туристичних дестинацій 1. Цілі та напрями досліджень туристичних дестинацій. 2. Вивчення макросередовища розвитку дестинації. 3. Оцінка існуючих і потенційних ресурсів туризму	Лекція – 4 год, практичне (семінарське) заняття – 2 год	1, 2, 5; 1-13; 1-6	6	20 балів	
Тема 3. Туристична дестинація як об'єкт управління 1. Принципи управління туристичною дестинацією 2. Сутність і взаємозв'язок функцій управління	Лекція – 2 год, практичне (семінарське) заняття – 2 год	1, 2, 5; 1-13; 1-6	4	20 балів	
Тема 4. Кластерний підхід в управлінні туристичними дестинаціями 1. Економічна сутність туристичного кластеру 2. Класифікація туристичних кластерів і стадії їх розвитку 3. Технологія формування туристичного кластера	Лекція – 4 год, практичне (семінарське) заняття – 2 год	2-5; 1-13; 1-6	6	20 балів	
Тема 5. Маркетинг туристичних дестинацій Лекція 1 1. Комплекс маркетингу туристичної дестинації. 2. Управління процесом формування, просування і реалізації туристичного продукту місця - туристичної дестинації Лекція 2. 3. Конкурентоспроможність туристичних дестинацій 4. Особливості формування та реалізації маркетингової стратегії дестинації	Лекція – 4 год, практичне (семінарське) заняття – 2 год	2-5; 1-13; 1-6	6	20 балів	

Тема 6. Бренд-менеджмент туристичної дестинації 1. Сутність бренду туристичної дестинації. 2. Неформалізовані бренди туристичних дестинацій. 3. Формалізовані бренди туристичних дестинацій	Лекція – 4 год, практичне (семінарське) заняття – 2 год	2-5; 1-13; 1-6	6	20 балів	
Разом			30	60	

5. Тематика семінарських (або практичних) занять

Практичне заняття №1.

Тема: Методологія дослідження туристичних дестинацій

Питання для обговорення

1. Цілі та напрями досліджень туристичних дестинацій.
2. Вивчення макросередовища розвитку дестинації.
3. Оцінка існуючих і потенційних ресурсів туризму

Завдання:

1. Скласти глосарій основних понять дисципліни (не менше 20 термінів).
2. Дайте найбільш узагальнену типологію туристичних дестинацій. Наведіть приклади дестинацій за видами туризму в Україні. Результати представте у вигляді таблиці.

Тип дестинації	Характеристика

Вид туризму	Приклад дестинації

Література: 1, 2, 5; 1-13; 1-6

Практичне заняття №2.

Тема: Туристична дестинація як об'єкт управління

Питання для обговорення

1. Принципи управління туристичною дестинацією.
2. Сутність і взаємозв'язок функцій управління

Завдання:

Провести дискусію на тему: «Туристична дестинація як об'єкт управління».

Дискусія є активною формою навчання і має ряд переваг. Вона забезпечує активну, глибоке, особистісне засвоєння знань, що веде до осмисленого засвоєння нових знань. Під час дискусії здійснюється активна взаємодія всіх учасників освітнього процесу. Для успішної реалізації даної форми навчання необхідні наступні умови:

- 1) сформульована проблема і тема дискусії;
- 2) створена доброзичлива атмосфера для спілкування;
- 3) сформульовані правила ведення дискусії;
- 4) сформульовано і озвучено семантичне значення термінів теми дискусії;
- 5) запропоновані ідеї записуються, щоб виключити повторення і стимулювати додаткові питання.

питання.

Критерії оцінювання:

- ступінь участі групи в дискусії;
- ступінь відповідності мети і результатів дискусії.

Література: 1, 2, 5; 1-13; 1-6

Семінарське заняття №3

Тема: Кластерний підхід в управлінні туристичними дестинаціями

Питання для обговорення

1. Економічна сутність туристичного кластеру
2. Класифікація туристичних кластерів і стадії їх розвитку
3. Технологія формування туристичного кластера

Завдання:

1) Здійснити аналіз діючих кластерних ініціатив у регіонах (на вибір, регіони розподілити між студентами) за такими пунктами:

1. Аналіз назви дестинації. Дати відповідь на питання: «Чи відповідає назва дестинації ключовим атракціям?».
2. Визначити тип кластера з одночасним обґрунтуванням відповіді.
3. Обґрунтувати стадію розвитку (можливу модель розвитку) туристичної дестинації.
4. Управління і самоорганізація кластера. Охарактеризувати форму взаємодії та кооперації в кластері, наявність стратегічних програм розвитку.
5. Охарактеризувати потенційні туристичні ринки дестинації.
6. Охарактеризувати передумови, ресурси і компетентності в дестинації, що були
7. сформовані для створення туристичного кластера. Наявність «унікальних ресурсів, торговельних пропозицій». Чи є основа для міфологізації?

2) Дати відповіді на тести:

1. Туристичний кластер – це:

- a) група підприємств туристичної індустрії, розташованих в дестинації та пов'язаних єдиною транспортною інфраструктурою
- b) група підприємств туристичного комплексу, що беруть участь у формуванні турпродукту для єдиного сегмента споживачів
- c) група підприємств туристичного комплексу, які уклали довгострокову угоду про співпрацю
- d) група підприємств туристичної індустрії, що відносяться до однієї галузі міжгалузевого туристичного комплексу

2. Яке з тверджень вірно:

- a) додана вартість у туристичному кластері – це виручка підприємств туристичної індустрії в дестинації
- b) накопичена вартість у туристичному кластері дорівнює витратам туристів, здійсненим у процесі подорожі та споживання турпродукту
- c) накопичена вартість у туристичному кластері складається з доданої вартості підприємств туристичної індустрії та додаткової вигоди туристів

3. Концепція трьох монополій у розвитку туристичних дестинацій має на увазі отримання додаткового доходу за рахунок монополії дестинації на:

- a) використання туристичних ресурсів
- b) використання торгової марки
- c) пропозицію цільових туристичних послуг

4. Стратегічне планування просування туристичної дестинації – це:

- a) процес розробки заходів щодо просування дестинації на туристичні ринки
- b) процес моделювання ефективного комплексу маркетингу дестинації на певний період

с) процес планування розвитку і розміщення підприємств туристичної індустрії дестинації

5. Впровадження концепції управління вартістю переживань у практику формування турпродукту дестинації обумовлено наступними причинами:

- a) легкий доступ споживачів до інформаційних ресурсів
- b) остаточне перетворення ринку виробників турпродукту на ринок споживачів
- c) примноження туристами досвіду споживання турпродукту
- d) всеосяжне впровадження стандартів туристичного обслуговування
- e) розвиток менеджменту на туристичних підприємствах

Література: 1, 2, 5; 1-13; 1-6

Семінарське заняття №4

Тема: Маркетинг туристичних дестинацій

Питання для обговорення

1. Комплекс маркетингу туристичної дестинації.
2. Управління процесом формування, просування і реалізації туристичного продукту місця - туристичної дестинації
3. Конкурентоспроможність туристичних дестинацій
4. Особливості формування та реалізації маркетингової стратегії дестинації

Завдання:

- 1) Зробити SWOT-аналізу туристичної дестинації. (на вибір), в таблиці навести основні індикатори розвитку туризму і визначити коефіцієнт інтенсивності за видами туризму.
- 2) Проаналізуйте сайти національних парків України. Аналіз представте у вигляді таблиці та підготуйте презентацію.
- 3) Пропишіть маркетингову стратегію дестинації, для якої робили SWOT-аналіз.

Література: 2-5; 1-13; 1-6

Семінарське заняття №5

Тема: Бренд-менеджмент туристичної дестинації

Питання для обговорення

1. Сутність бренду туристичної дестинації.
2. Неформалізовані бренди туристичних дестинацій.
3. Формалізовані бренди туристичних дестинацій

Завдання: Підготувати доповідь та презентацію на тему: «Бренд туристичної дестинації

Вимоги до доповіді

Доповідь передбачає обов'язковий публічний виступ (може бути з електронною презентацією не більше 10 слайдів, що містять основні положення доповіді).

Структура доповіді

1. Титульний аркуш
2. Розгорнутий план, на основі якого робиться виступ
3. Основний текст, розбитий на абзаци, а при необхідності на параграфи.
4. Список використаних джерел.

Оформлення доповіді

1. Обсяг доповіді може коливатися від трьох до шести друкованих сторінок, всі додатки до роботи не входять в її обсяг.

2. Доповідь повинна бути виконана послідовно зі збереженням логіки викладу, науковою мовою.

3. У тексті доповіді мають бути наведені використовувані джерела.

Зміст доповіді

1. Звернення до аудиторії. Наприклад: «Шановні колеги! Вашій увазі пропонується доповідь на тему ... ».

2. Основні тези доповіді з прикладами і поясненнями.
3. Звернення до аудиторії з проханням ставити питання (перед відповіддю на питання доповідач повинен подякувати запитувача) .

4. Заключне звернення до аудиторії з вдячністю за увагу і питання.

Критерії оцінки доповіді

1. Відповідність змісту темі доповіді
2. Глибина опрацювання матеріалу.
3. Послідовність викладення.
4. Відповіді на питання аудиторії.
5. Відповідність оформлення доповіді вимогам.

Література: 2-5; 1-13; 1-6

6. Самостійна робота

№ п/п	Тематика	К-сть годин
1	Поняття туристичної дестинації	10
2	Методологія дослідження туристичних дестинацій	10
3	Туристична дестинація як об'єкт управління	10
4	Кластерний підхід в управлінні туристичними дестинаціями	10
5	Маркетинг туристичних дестинацій	10
6	Бренд-менеджмент туристичної дестинації	10
Разом:		60

7. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

Рівень досягнення запланованих результатів навчання перевірятиметься за допомогою таких форм контролю:

- 1) Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів – *диспути, доповіді, бесіди.*
- 2) 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 – *робота в малих групах; проведення круглого столу та аналіз його результатів; індивідуальні завдання.*
- 3) Знати і розуміти основні характерні туристичних дестинацій. Пояснювати особливості управління туристичними дестинаціями – *ділові ігри, імітаційні вправи, командні проекти, студентські презентації, диспути.*
- 4) Управляти своїм навчанням з метою самореалізації в професійній туристичній сфері. Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань. Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання – *індивідуальний тренінг, модульна контрольна робота, поточне опитування, залік.*
- 5) Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності. Професійно виконувати завдання в невизначених та екстремальних ситуаціях – *виступи на наукових заходах, групова дискусія, захист кваліфікаційної роботи.*

8. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни “Економіка вражень” визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Для екзамену

Змістовий модуль 1 Теми 1-3	Змістовий модуль 2 Теми 4-6	Підсумковий контроль (залік)
30%	30%	40%
8 тиждень	16 тиждень	Екзаменаційна сесія

Шкала оцінювання:

За шкалою ТНЕУ	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)

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

№	Найменування	Номер теми
1.	Опорні конспекти лекцій;	1-10
2.	Навчальні посібники; Кейси	1-10
3.	Силабус;	1-10
4.	Збірка тестових і контрольних завдань для поточного оцінювання навчальних досягнень студентів;	1-10
5.	Засоби підсумкового контролю (комплект тестових завдань для підсумкового контролю)	1-10

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література:

1. Головчан, А.І. Теоретико-методологічні підходи до визначення сутності туристичних дестинацій та управління ними // Торгівля і ринок України: темат. зб. наук. пр. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2009. Вип. 27.С. 104–105.
2. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями : підручник / Н. В. Корж, Д. І.Басюк. – Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. – 322 с.
3. Мацола, В.І. Рекреаційно-туристичний комплекс України / Ін-т регіон. дослідж. НАН України. – Л., 1997. – 259 с.
4. Семенов, В.Ф., Герасименко В.Г., Горбань Г.П., Богасьорова Л.М. Управління регіональним розвитком туризму : Навч. посіб. – Одеса: Одеський державний економічний університет, 2011. – 225 с.

5. UNWTO. Destination Management Organizations. <http://www2.unwto.org/ru/category/technical-product-target/destination-management-organizations>

Допоміжна література:

1. Гончарова, Н.А. Организации по менеджменту дестинаций (DMOs) как система управления туризмом на национальном, региональном и локальном уровнях: зарубежный опыт. УЭКС. 2013. № 11 (59). URL: http://uecs.ru/index.php?option=com_flexicontent&view=items&id=2569:-dmos-
2. Леонтьева, Ю.Ю. Региональная туристская дестинация и её социально-экономическое развитие. Бизнес-информ. 2013. № 6 http://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2013-6_0-pages-165_170.pdf
3. Наказ № 330 «Про затвердження Положення про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду України». Новости турбизнеса. 2009. – №15 (137). – С. 39–41.
4. Buhalis, D. Marketing the Competitive Destination of the Future // *Tourism Management*. 2000. Vol. 21. № 1.
5. Davidson, R., Maitland R. *Tourism destinations*. London, Hodder & Stoughton, 1997, pp.4.
6. Framke, W. The destination as a concept: a discussion of the business-related perspective versus the socio-cultural approach in tourism theory // *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2002, no. 2 (2), pp. 92–108.
7. Hall, C.M. *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space*. 3rd edn, Routledge. 2006. 427 p
8. Leiper N. The framework of tourism / N. Leiper // *Annals of Tourism Research*. 1979. № 6. P. 390-407.
9. Pike, S. *Destination marketing organizations*. Amsterdam: Elsevier, 2004. – 241 p.
10. Ritchie, J.R.B. and Crouch G.I., *The Competitive Destination: A Sustainability Perspective*. *Tourism Management*, 21(1), 2000.
11. Saarinen, J. Destinations in change: the transformation process of tourist destinations // *Tourist Studies*, 2004, no. 4 (2), pp. 161–179.
12. 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.
13. Snepenger, D., Snepenger M., Dalbey M., Wessol A. Meanings and Consumption Characteristics of Places at a Tourism Destination // *Journal of Travel Research*, 2007, no. 45 (3), pp. 310–321.

Інтернет-ресурси:

1. Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rada.gov.ua/news/zak>
2. Наукова періодика України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/taxonomy/term/334> –.
3. Електронні підручники онлайн «Туризм». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://fs.onu.edu.ua/clients/client11/web11/pdf/bib/tourism_books.pdf
4. Все про туризм - туристична бібліотека. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tourlib.net/ua.htm>
5. Сайт Наукової бібліотеки СНУ ім. В.Даля «Туризм». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://library.snu.edu.ua/index/turizm/0-129>
6. БД Освіта. ua. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://osvita.ua/school/psychology>.