



ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА

ЗАТВЕРДЖЕНО
Рішення вченої ради університету
25 лютого 2026 року,
протокол № 6

Ректор університету, голова вченої
ради,
доктор юридичних наук, професор

_____ Олег ОМЕЛЬЧУК

25 лютого 2026 року

м.п.

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«МАРКЕТИНГ ТА ЛОГІСТИКА В ТУРИЗМІ»
для підготовки на першому (освітньому) рівні
здобувачів вищої освіти освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 242 Туризм і рекреація
24 Сфера обслуговування

м. Хмельницький
2026

РОЗРОБНИКИ:

Професорка кафедри менеджменту,
економіки, статистики та цифрових
технологій, доктор економічних наук,
професор
26 серпня 2025 року

Світлана КОВАЛЬЧУК

СХВАЛЕНО

Рішення кафедри менеджменту, економіки,
статистики та цифрових технологій
22 січня 2026 року, протокол № 7

Завідувачка кафедри, кандидатка
економічних наук, доцентка
26 серпня 2025 року

Наталія ЗАХАРКЕВИЧ

Деканеса факультету публічного управління

27 серпня 2025 року

Тетяна ПІДЛІСНА

ПОГОДЖЕНО

Рішення методичної ради університету
18 лютого 2026 року, протокол № 5.

Голова методичної ради університету,
кандидатка наук з державного управління,
доцентка
18 лютого 2026 року

Ірина КОВТУН

ЗМІСТ

	Стор.
1. Опис навчальної дисципліни	– 3
2. Заплановані результати навчання	– 3
3. Програма навчальної дисципліни	– 4
4. Структура вивчення навчальної дисципліни	– 7
4.1. Аудиторні заняття	– 7
4.2. Самостійна робота студентів	– 7
5. Методи навчання та контролю	– 8
6. Схема нарахування балів	– 8
7. Рекомендовані джерел	– 9
7.1. Основні джерела	– 9
7.2. Допоміжні джерела	– 10
8. Інформаційні ресурси в Інтернеті	– 11

1. Опис навчальної дисципліни

1. Шифр і назва галузі знань	– 24 Сфера обслуговування
2. Код і назва спеціальності	– 242 Туризм і рекреація
3. Назва спеціалізації	– спеціалізація не передбачена
4. Назва дисципліни	– Маркетинг та логістика в туризмі
5. Тип дисципліни	– обов'язкова
7. Освітній рівень, на якому вивчається дисципліна	– перший
8. Ступінь вищої освіти, що здобувається	– бакалавр
11. Обсяг вивчення дисципліни:	
1) загальний обсяг (кредитів ЄКТС / годин)	– 4,0/120
12. Форма семестрового контролю	– іспит
13. Місце дисципліни в логічній схемі:	
1) попередні дисципліни	– ЗПО 9 Економіка та статистика туризму, ППО 1 Рекреаційні комплекси світу, ППО 4.1 Основи туризмознавства, ППО 5.1 Географія туризму та рекреації, ППО 5.2 Туристичне країнознавство, ППО 12.1 Менеджмент в туризмі
2) супутні дисципліни	– ППО 11 Інформаційні технології та цифровізація в туризмі
3) наступні дисципліни	– ППО 4.4. Туроперейтинг, ППО 12.2. Комунікативний менеджмент. ПП 2.3. Переддипломна практика БР. Кваліфікаційна (бакалаврська) робота
14. Мова вивчення дисципліни	– українська

2. Заплановані результати навчання

Програмні компетентності, які здобуваються під час	Загальні компетентності
	ЗК05. Прагнення до збереження навколишнього середовища.
	ЗК06. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
	ЗК07. Здатність працювати в міжнародному контексті.

вивчення навчальної дисципліни	ЗК08. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій. <u>Спеціальні компетентності</u> СК01. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності. СК02. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. СК03. Здатність аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал територій. СК05. Розуміння сучасних тенденцій, місцевих, регіональних та державних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів. СК06. Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного). СК07. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту. СК08. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем. СК10. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал. СК12. Здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу. СК13. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації.
Програмні результати навчання	ПР02. 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. ПР05. Аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території. ПР06. Застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів. ПР07. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт. ПР09. Організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки. ПР10. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна). ПР12. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг. ПР13. Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей. ПР18. Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях. ПР20. Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання, в тому числі на місцевому, регіональному та державному рівнях управління.

3. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність та функції місцевих фінансів

Економічна сутність маркетингу та його еволюція: від виробничої до соціально-етичної та холістичної концепцій. Місце маркетингу в системі управління туристичним підприємством. Специфіка туристичного ринку: сезонність, територіальна прив'язаність, висока чутливість до зовнішніх ризиків. Структура та суб'єкти туристичного ринку: туроператори, турагенти, заклади розміщення, транспортні компанії, споживачі.

Туристичний продукт як комплекс матеріальних і нематеріальних елементів: основна послуга, додаткові послуги, супутній сервіс. Ключові характеристики туристичних послуг: нематеріальність, невіддільність, мінливість якості, незбережуваність. Споживча цінність туристичного продукту та фактори її формування.

Поведінка споживачів туристичних послуг та чинники прийняття рішення про подорож.

Сегментування туристичного ринку: критерії, підходи та практичне значення. Позиціонування туристичного підприємства та формування конкурентних переваг.

Основи формування маркетингової стратегії туристичного підприємства. Інтеграція маркетингу з логістикою, сервісом та управлінням якістю в туризмі.

Сучасні тенденції розвитку маркетингу туристичних підприємств в умовах глобалізації та кризових викликів.

Тема 2. Комплекс маркетингу туристичного підприємства (4P–7P)

Поняття комплексу маркетингу та його роль у формуванні конкурентоспроможної пропозиції туристичного підприємства. Еволюція маркетингового комплексу: від класичної моделі 4P до розширеної моделі 7P у сфері послуг.

Елемент Product (продукт): сутність туристичного продукту, структура та особливості його формування. Основні та додаткові туристичні послуги у складі туристичного продукту. Життєвий цикл туристичного продукту та управління його розвитком.

Елемент Price (ціна): підходи до формування цін на туристичні послуги. Методи ціноутворення в туризмі (витратний, конкурентний, орієнтований на попит). Фактори, що впливають на формування ціни туристичного продукту. Цінова політика туристичного підприємства та використання знижок і спеціальних пропозицій.

Елемент Place (розподіл): канали збуту туристичних послуг. Особливості роботи туроператорів і турагентів у системі розподілу туристичного продукту. Використання онлайн-каналів продажу, платформ бронювання та цифрових систем дистрибуції.

Елемент Promotion (просування): інструменти комунікаційної політики туристичного підприємства. Реклама, стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю та персональний продаж у туризмі.

Використання цифрових маркетингових інструментів (соціальні мережі, контент-маркетинг, інтернет-реклама).

Розширена модель 7P у маркетингу послуг. Елемент People (персонал): роль персоналу у формуванні якості туристичних послуг і клієнтського досвіду. Елемент Process (процеси): організація процесу обслуговування туристів та управління сервісними процесами. Елемент Physical evidence (фізичне оточення): матеріальні елементи сервісу, що формують сприйняття туристичного продукту.

Взаємозв'язок елементів комплексу маркетингу у забезпеченні ефективної діяльності туристичного підприємства. Адаптація маркетингового комплексу до змін ринкового середовища та поведінки споживачів.

Тема 3. Маркетингові дослідження туристичного ринку

Сутність та роль маркетингових досліджень у діяльності туристичних підприємств. Значення маркетингових досліджень для прийняття управлінських рішень у сфері туризму.

Основні напрями маркетингових досліджень туристичного ринку. Дослідження попиту на туристичні послуги та факторів його формування. Аналіз поведінки споживачів туристичних послуг та мотивації подорожей. Вивчення туристичних потреб, уподобань та очікувань клієнтів. Дослідження конкурентного середовища туристичного ринку. Аналіз діяльності основних конкурентів туристичного підприємства. Оцінювання ринкових тенденцій та перспектив розвитку туристичної галузі.

Етапи проведення маркетингових досліджень: постановка проблеми, формування цілей, збір та аналіз інформації, інтерпретація результатів. Джерела маркетингової інформації у туризмі: первинна та вторинна інформація. Методи збирання маркетингової інформації (опитування, анкетування, спостереження, інтерв'ю, аналіз документів). Використання кількісних і якісних методів дослідження туристичного ринку. Особливості проведення онлайн-досліджень у сфері туризму. Аналіз і інтерпретація результатів маркетингових досліджень. Використання результатів досліджень у формуванні маркетингової стратегії туристичного підприємства. Роль маркетингових досліджень у прогнозуванні попиту та мінімізації ризиків туристичної діяльності.

Використання сучасних цифрових інструментів і аналітичних платформ для дослідження туристичного ринку.

Тема 4. Цифровий маркетинг у туризмі

Сутність цифрового маркетингу та його роль у розвитку туристичного бізнесу. Трансформація маркетингової діяльності туристичних підприємств під впливом цифрових технологій.

Основні інструменти цифрового маркетингу у сфері туризму. Використання офіційних вебсайтів туристичних підприємств як інструменту просування та продажу туристичних послуг. Пошуковий маркетинг (SEO та SEM) у просуванні туристичних продуктів. Контент-маркетинг у формуванні привабливого туристичного іміджу та популяризації туристичних напрямів. Маркетинг у соціальних мережах (SMM) як інструмент взаємодії з потенційними туристами. Використання блогів, відеоконтенту та туристичних платформ для просування туристичних послуг. Інтернет-реклама (банерна, контекстна, таргетована) у туристичному маркетингу. Email-маркетинг та автоматизовані комунікації з клієнтами.

Онлайн-платформи бронювання та цифрові канали продажу туристичних послуг. Управління онлайн-репутацією туристичного підприємства та робота з відгуками клієнтів. Використання аналітичних інструментів для оцінювання ефективності цифрових маркетингових кампаній. Персоналізація туристичних пропозицій на основі даних про поведінку споживачів.

Вплив мобільних технологій та цифрових сервісів на поведінку туристів. Сучасні тенденції розвитку цифрового маркетингу у туризмі.

Тема 5. Стратегічний маркетинг туристичного підприємства

Сутність стратегічного маркетингу та його роль у забезпеченні довгострокового розвитку туристичного підприємства. Особливості стратегічного управління маркетинговою діяльністю у сфері туризму.

Аналіз зовнішнього середовища туристичного підприємства (ринкові тенденції, конкуренція, споживчі зміни). Аналіз внутрішнього середовища підприємства та оцінювання його ресурсного потенціалу.

Використання методів стратегічного аналізу у маркетинговому плануванні (SWOT-аналіз, PEST-аналіз, аналіз конкурентних переваг). Визначення місії, стратегічних цілей та пріоритетів розвитку туристичного підприємства.

Сегментування туристичного ринку та вибір цільових сегментів. Формування стратегії позиціонування туристичного підприємства на ринку.

Розроблення маркетингової стратегії туристичного підприємства. Види маркетингових стратегій у туризмі (стратегія зростання, диференціації, спеціалізації, диверсифікації). Формування конкурентних переваг туристичного підприємства. Стратегічне планування розвитку туристичних продуктів і послуг. Інтеграція маркетингових стратегій із загальною стратегією розвитку підприємства. Адаптація маркетингових стратегій до змін ринкового середовища та поведінки споживачів. Оцінювання ефективності реалізації маркетингових стратегій туристичного підприємства.

Сучасні тенденції стратегічного розвитку туристичних підприємств в умовах цифровізації та глобальної конкуренції.

Тема 6. Сутність і функції логістики в туризмі

Поняття логістики та її роль у системі управління туристичним підприємством. Еволюція логістичних підходів у сфері послуг та туризму. Специфіка логістичної діяльності у туристичній галузі. Логістика як інструмент координації матеріальних, інформаційних та сервісних потоків у туризмі.

Основні елементи логістичної системи туристичного підприємства. Види логістичних потоків у туризмі: туристичні, інформаційні, фінансові та сервісні. Логістичні процеси у формуванні та реалізації туристичного продукту.

Основні функції логістики у туристичній діяльності. Планування та організація туристичних потоків. Координація взаємодії учасників туристичного ринку (туроператорів, турагентів, транспортних і сервісних компаній). Управління процесами обслуговування туристів.

Оптимізація витрат і підвищення ефективності туристичного обслуговування. Інформаційне забезпечення логістичних процесів у туризмі. Використання сучасних інформаційних технологій у логістичному управлінні туристичними послугами.

Взаємозв'язок логістики з маркетингом і сервісним менеджментом у туристичній діяльності. Роль логістики у забезпеченні якості туристичних послуг та підвищенні конкурентоспроможності туристичного підприємства.

Тема 7. Логістика туристичних потоків та сервісу

Поняття туристичних потоків та їх значення для функціонування туристичної галузі. Класифікація туристичних потоків: внутрішні, в'їзні, виїзні; організовані та індивідуальні. Особливості управління туристичними потоками в сучасних умовах розвитку туризму. Основні фактори формування та динаміки туристичних потоків. Планування та регулювання туристичних потоків на рівні туристичних підприємств і DESTINATION.

Організація транспортного обслуговування туристів. Логістика переміщення туристів між основними елементами туристичного маршруту. Управління потоками туристів у туристичних центрах та DESTINATION.

Координація діяльності суб'єктів туристичного ринку у процесі обслуговування туристів. Сутність сервісної логістики у сфері туризму. Організація процесів туристичного обслуговування та управління сервісними потоками. Управління якістю туристичного сервісу.

Логістичне забезпечення туристичних програм і маршрутів. Використання інформаційних технологій у управлінні туристичними потоками та сервісом. Оптимізація туристичних потоків з метою підвищення ефективності обслуговування та зменшення витрат. Роль логістики туристичних потоків у формуванні позитивного туристичного досвіду споживачів.

Тема 8. Управління якістю туристичного обслуговування

Сутність поняття якості туристичних послуг та її роль у забезпеченні конкурентоспроможності туристичного підприємства. Особливості формування якості

послуг у сфері туризму. Основні складові якості туристичного обслуговування. Фактори, що впливають на рівень якості туристичних послуг.

Стандартизація та сертифікація туристичних послуг. Міжнародні та національні стандарти якості у сфері туризму.

Управління якістю туристичного сервісу на підприємстві. Формування системи контролю якості туристичних послуг. Методи оцінювання якості туристичного обслуговування.

Роль персоналу у забезпеченні високого рівня туристичного сервісу. Управління взаємодією з клієнтами та формування позитивного клієнтського досвіду. Робота зі скаргами та відгуками туристів як елемент управління якістю. Використання сучасних інформаційних технологій для контролю та підвищення якості туристичних послуг.

Взаємозв'язок якості туристичного обслуговування з рівнем задоволеності клієнтів. Вплив якості сервісу на формування лояльності туристів і репутації туристичного підприємства. Шляхи підвищення якості туристичного обслуговування в умовах зростання конкуренції на туристичному ринку.

Тема 9. Інтеграція маркетингу і логістики в туризмі

Сутність інтеграції маркетингу і логістики у діяльності туристичних підприємств. Значення узгодження маркетингових і логістичних процесів для ефективного функціонування туристичного бізнесу.

Роль маркетингу у формуванні попиту на туристичні послуги. Роль логістики у забезпеченні якісного виконання туристичного продукту. Взаємозв'язок маркетингових обіцянок і логістичного забезпечення туристичних послуг. Координація діяльності учасників туристичного ринку у процесі створення та реалізації туристичного продукту.

Інтеграція маркетингових досліджень і логістичного планування у туристичному бізнесі. Узгодження каналів збуту туристичних послуг із логістичними можливостями підприємства. Управління інформаційними потоками у системі маркетингу і логістики.

Роль цифрових технологій у інтеграції маркетингових та логістичних процесів. Формування комплексного клієнтського досвіду через поєднання маркетингових і сервісно-логістичних рішень.

Вплив інтеграції маркетингу і логістики на підвищення якості туристичних послуг.

Оптимізація витрат і підвищення ефективності діяльності туристичних підприємств. Інтегровані маркетингово-логістичні підходи до управління туристичними потоками. Роль інтеграції маркетингу і логістики у формуванні конкурентних переваг туристичних підприємств.

Перспективи розвитку маркетингово-логістичної інтеграції у сфері туризму в умовах цифровізації економіки.

4. Структура вивчення навчальної дисципліни

4.1. Аудиторні заняття

4.2.1. Аудиторні заняття (лекції, семінарські заняття) проводяться згідно з темами та обсягом годин, передбачених тематичним планом.

4.2.2. Плани лекцій з передбачених тематичним планом тем визначаються у силабусі навчальної дисципліни.

4.2.3. Плани семінарських занять з передбачених тематичним планом тем, засоби поточного контролю знань визначаються у силабусі навчальної дисципліни.

4.2. Самостійна робота студентів

4.3.1. Самостійна робота студентів включає завдання до кожної теми.

4.3.2. Завдання для самостійної роботи студентів зазначаються в силабусі навчальної дисципліни.

5. Методи навчання та контролю

Під час лекційних занять застосовуються:

- 1) традиційний усний виклад змісту теми;
- 2) слайдові презентації.

На семінарських заняттях відбувається:

- дискусійне обговорення проблемних питань;
- тренінги спрямовані на розвиток здатності генерування нових ідей;
- вирішення тестових завдань;
- повідомлення про виконання індивідуальних завдань.

Поточний контроль знань студентів з навчальної дисципліни проводиться у формах:

1. усне або письмове (у тому числі тестове у Google формі чи он-лайн вікторини Kahoot) бліц-опитування студентів щодо засвоєння матеріалу попередньої лекції;
2. усне або письмове (у тому числі тестове у Google формі чи он-лайн вікторини Kahoot) опитування на семінарських заняттях;

Підсумковий семестровий контроль проводиться у формі іспиту, за умови якщо здобувач освіти за поточний контроль накопичив менше 36 балів, або бажає отримати підсумковий бал вищий за розрахунковий, який обчислюється за формулою:

$$\Sigma c = \text{Бпк} \cdot 100 / 60, \text{ де:}$$

Σc – загальна кількість балів;

Бпк – кількість балів, отриманих за поточний контроль.

Структура залікового білету включає 40 тестових завдань різної складності.

6. Схема нарахування балів

6.1. Нархування балів за результатами навчання здійснюється за схемою, наведеною на рис.



Рисунок 1. – Схема нарахування балів

6.2. Обсяг балів, здобутих студентами під час лекцій, семінарських занять, самостійної роботи студентів та виконання індивідуальних завдань визначаються у силабусі навчальної дисципліни.

7. Рекомендовані джерела

7.1. Основні джерела

1. Балабанова Л. В., Германчук А. М. Логістика : підручник. Львів : Магнолія 2006, 2024. 368 с.
2. Безсмертна О. В., Мороз О. О., Білоконь Т. М., Шварц І. В. Логістика : навч. посіб. Вінниця : ВНТУ, 2018. 161 с.
3. Горбенко О. В. Логістика : навч. посіб. Київ : Знання, 2014. 315 с.
4. Дудар Т. Г., Волошин Р. В. Основи логістики : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 176 с.
5. Жарська І. О. Логістика : навч. посіб. Одеса : ОНЕУ, 2019. 209 с.
6. Кальченко А. Г. Логістика : підручник. Київ : КНЕУ, 2003. 284 с.
7. Колодізева Т. О. Управління ланцюгами поставок : навч. посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. 164 с.
8. Ковальчук С. В. Дослідження стану та тенденцій розвитку індустрії гостинності України // Трансформаційна економіка. 2024. № 2(07). С. 27–32. URL: <https://transformations.in.ua/index.php/journal/article/view/96/94>
9. Ковальчук С. Сучасні маркетингові тренди та перспективи розвитку туристичного підприємництва в Україні // Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences. 2025. Т. 346. № 5. С. 555–559. DOI: 10.31891/2307-5740-2025-346-5-78. URL: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-346-5-78>
10. Ковальчук С. В., Корюгін А. В. Маркетинг-логістичне забезпечення туристичного бізнесу: реалії та перспективи для України // Трансформаційна економіка. 2026. № 2(15). С. 17–30. URL: <https://transformations.in.ua/index.php/journal/article/view/96/94>
11. Крикавський Є. В. Логістика для економістів : підручник. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2014. 473 с.
12. Крикавський Є., Похильченко О., Фертч М. Логістика та управління ланцюгами поставок : навч. посіб. Львів : Вид-во Національного університету «Львівська політехніка», 2020. 848 с.
13. Кулик В. А., Григорак М. Ю., Костюченко Л. В. Логістичний менеджмент : навч. посіб. Київ : Логос, 2013. 268 с.
14. Логістика: теорія та практика : навч. посіб. / В. М. Кислий, О. А. Біловодська, О. М. Олефіренко, О. М. Смоляник. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 360 с.
15. Марченко В. М., Шутюк В. В. Логістика : підручник. Київ : НУХТ, 2022. 334 с.
16. Михаліцька Н. Я., Верескля М. Р. Логістичний менеджмент : навч. посіб. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2020. 440 с.
17. Окландер М. А. Логістика : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 346 с.

7.2. Допоміжні джерела

18. Арзянцева Д., Захаркевич Н., Корюгін А. Розвиток логістики туристичних послуг в Україні // Наукові перспективи. 2022. № 4(22). С. 145–155. URL: <https://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/1470>
19. Про автомобільний транспорт : Закон України від 05.04.2001 № 2344-III (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2344-14>
20. Про залізничний транспорт : Закон України від 04.06.1996 № 273/96-ВР (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/273/96-%D0%B2%D1%80>
21. Про транспорт : Закон України від 10.11.1994 № 232/94-ВР (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/232/94-%D0%B2%D1%80>
22. Про трубопровідний транспорт : Закон України від 15.05.1996 № 192/96-ВР (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/192/96-%D0%B2%D1%80>

23. Складська логістика : навч. посіб. / В. Є. Марчук, М. Ю. Григорак, О. М. Гармаш, О. В. Овдієнко. Київ : ОЛДІ-ПЛЮС, 2020. 256 с.
24. Стандарт вищої освіти України за спеціальністю 242 «Туризм» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Київ : МОН України, чинна редакція. URL: <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/242-Turizm-bakalavr.21.01.22.pdf>
25. Сумець О. М. Логістичні витрати підприємства: теоретичний аспект : монографія. Харків : КГІ «Міська друкарня», 2013. 224 с.
26. Туризм у стратегії національної відбудови: глобальні та локальні виміри: монографія / [за заг.редакцією д.е.н., проф. М.Ю.Барна]. – Львів: ЛТЕУ, 2026. – 356 с. URL: <https://fakultet.site/data/monograph2026.pdf>
27. Тюріна Н. М., Гой І. В., Бабій І. В. Логістика : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2015. 392 с.
28. Федорова В. О., Блага В. В. Логістика : навч. посіб. Харків : ФОП Бровін О. В., 2019. 153 с.
29. Шалева О. І. Логістика : конспект лекцій. Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2015. 112 с.
30. Bieger T., Beritelli P. Management of Tourism Destinations. Berlin : Springer, 2018.
31. Buhalis D. Marketing the competitive destination of the future // Tourism Management. 2020.
32. Grönroos C. Service Management and Marketing. 4th ed. Chichester : Wiley, 2015.
33. Kotler P., Bowen J., Makens J. Marketing for Hospitality and Tourism. 7th ed. Boston : Pearson, 2017.
34. Lovelock C., Wirtz J. Services Marketing: People, Technology, Strategy. 8th ed. London : Pearson, 2016.
35. Middleton V. T. C., Clarke J. Marketing in Travel and Tourism. Oxford : Butterworth-Heinemann, 2019.

8. Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Scopus Preview. URL: <https://www.scopus.com/>
2. UN Tourism (UNWTO) – <https://www.unwto.org>
3. World Travel & Tourism Council (WTTC) – <https://wttc.org>
4. Eurostat – <https://ec.europa.eu/eurostat>
5. Державна служба статистики України – <https://www.ukrstat.gov.ua>
6. Міністерство економіки України – <https://www.me.gov.ua>
7. База законодавства України (ВРУ) – <https://zakon.rada.gov.ua>