**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Факультет СОЦІОЛОГІЇ ТА УПРАВЛІННЯ**

**КАФЕДРА ФІЛОСОФІЇ, ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ**

**ТА СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Декан факультету соціології та управління

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Т.Ф. Бірюкова

 “\_\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2023 р.

**ФІЛОСОФІЯ КРЕАТИВНОГО ТУРИЗМУ**

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

підготовки *бакалаврів*

*спеціальність* - 033 Філософія

*освітньо-професійна програма* – Європейські філософські студії і креативні індустрії

**Укладач:** Кривега Л.Д., д.ф.н., професор, професор кафедри соціальної філософії та управління.

|  |  |
| --- | --- |
| Обговорено та ухваленона засіданні кафедри соціальної філософії та управління. Протокол № 1 від “1” вересня 2023 р.Завідувач кафедри філософії, публічного управління та соціальної роботи. \_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.І. БутченкоПогоджено з навчально-методичним відділом«\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Ухвалено науково-методичною радою факультету соціології та управлінняПротокол № 2 від “31” серпня 2022 р.Голова науково-методичної ради факультету соціології та управління\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Н.В. ГорлоПогоджено з навчальною лабораторією інформаційного забезпечення освітнього процесу«\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |

2023 рік

**1. Опис навчальної дисципліни**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Найменування показників**  | **Галузь знань,** **напрям підготовки,** **рівень вищої освіти**  | **Характеристика навчальної дисципліни** |
|  |
| Кількість кредитів – 3 | *Галузь знань*03 Гуманітарні науки | Нормативна  |
| Змістовних модулів – 4 | *Спеціальність*033 Філософія | **Рік підготовки:** |
| Загальна кількість годин – 90 год. | 4 -й |
| **Лекції** |
| Тижневих годин для денної форми навчання:аудиторних – 2самостійної роботи студента –5 | *Освітньо-професійна програма*Європейські філософські студії і креативні індустрії | 10 год. |
| **Семінари** |
| 6 год. |
| Рівень вищої освіти: **бакалаврський**  | **Самостійна робота** |
| 74 год. |
| **Вид підсумкового контролю**: залік  |

**2. Мета та завдання навчальної дисципліни**

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Філософія креативного туризму» є *-* формування обізнаності майбутніх фахівців щодо сутності, атрибутів, модусів креативного туризму; - засвоєння специфіки філософського осягнення креативного туризму. Курс «Філософія креативного туризму» спрямований на: - вивчення студентами загальної характеристики туризму, проявів його креативності; - розуміння основних понять та проблематики туризмознавства; з’ясування онтології, гносеології, аксіології туризму. Курс сприяє формуванню у студента вільного, раціонального, критичного уявлення щодо туризму і туристичної активності людини. Пропонований курс дає студенту настанову, що філософствування – невід’ємний атрибут людського існування, бо спроби знаходити „мудрі” технології вирішення нагальних проблем завжди супроводжували людство і туристична активність допомагає людині в цьому. Філософічність буття людини особливо актуалізується в „пограничних станах”, де втрачаються звичні „декорації” приватного та публічного буття. Це стосується і туристичних і особливо це стосується коронавірусного формату світу, в якому людство зараз перебуває*. Знайомство* з філософським доробком людства щодо креативного туризму дає можливість студентам оволодіти вмінням застосовувати філософські знання в своїй безпосередній практичній і науковій діяльності, в повсякденному житті та соціально-конструктивній активності. *Інтерактивний формат курсу,* що спонукатиме до дебатів,полеміки, аргументованого відстоювання власної точки зору, орієнтований на розвиток критично важливих для фахівця навичок ефективної діалогової, креативної комунікації. Використання новітніх програмних засобів під час виконання тестових завдань розвине як загальні, так і професійні цифрові компетенції студентів

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Філософія креативного туризму» є:

- надати систематизовані уявлення стосовно найважливіших світоглядно-методологічних інновацій, які відбулися у царині філософської рефлексії туризму;

- засвоїти основні поняття, проблеми та тенденції розвитку філософії креативного туризму;

- сформувати у студента ґрунтовні знання стосовно специфіки філософського мислення креативного туризму;

- досягнути глибокого усвідомлення багатовимірного взаємозв‘язку особливостей філософського мислення та соціокультурного розвитку щодо туризму;

- сформувати навички самостійного аналізу можливостей і меж креативного туризму в українському та світовому форматі;

- сформувати навички застосування найважливіших світоглядно-методологічних ідей філософії туризму для аналізу сучасних проблем людини, суспільства, пізнання.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

**знати:**

* основні поняття та проблематику філософії креативного туризму;
* розмаїття підходів, методологічних комплексів в пізнанні явищ та процесів філософії креативного туризму;
* сутність, атрибути, моделі організації креативного туризму;
* методи і нормативну основу створення креативного туристичного продукту;
* методи просування; стимулювання продажу і реклами туристичного продукту; специфіку реклами в креативному туризмі; особливості роботи туристичних виставок та ярмарок;
* основні моделі організації креативного туризму в різноманітних соціокультурних системах світу;
* основні тенденції розвитку світового туризму та його креативного сегменту;

**вміти:**

* давати характеристику основних понять філософії креативного туризму;
* самостійно аналізувати та робити власну модель креативного туристичного продукту;
* використовувати критичний, евристичний та світоглядний потенціал філософії креативного туризму для вирішення нагальних світоглядних, практичних, методологічних та аксіологічних проблем у своїй фаховій та повсякденній діяльності;
* уточнювати та збагачувати свої світоглядні уявлення шляхом критичного аналізу основних ідей філософів креативного туризму;
* володіти технікою створення, розповсюдження і просування креативного туристичного продукту; - проводити рекламні кампанії, презентацій, включаючи роботу на спеціалізованих виставках;- організовувати підготовку, презентацію і поширення спеціалізованої інформації щодо креативних. Форм туризму.
* на підґрунті знань основних ідей філософії креативного туризму співвідносити свою власну екзистенційну ситуацію з поточним станом проблем в України.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти таких **компетентностей**:

• Здатність розв’язувати спеціалізовані завдання в галузі філософії, зокрема в цірині філософії креативного туризму, розробляти й обґрунтовувати базові рекомендації щодо вирішення соціальних та гуманітарних проблем шляхом організації функціонування креативних індустрій в європейському та світовому суспільному просторі

* здатність визначати онтологічні, гносеологічні, аксіологічні аспекти філософії креативного туризму;
* вміння оперувати набутими філософськими знаннями при виробленні власної світоглядної позиції та організації моделей креативного туризму обґрунтовувати власну думку, спираючись на досягнення соціальної практики креативного туризму, співвідносити свою власну екзистенційну ситуацію з поточним станом проблем в Україні в туристичному аспекті.

|  |  |
| --- | --- |
| Заплановані робочою програмою результати навчання та компетентності  | Методи і контрольні заходи |
| **1** | **2** |
| СК 10. Здатність аналізувати та коментувати літературу з філософської, соціокультурної та загальнонаукової проблематики. | Усне опитування на семінарських заняттяхТестування у системі Moodle |
| ЗК 14. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. | Усне опитування на семінарських заняттяхТестування у системі Moodle |
| ЗК 15. Здатність до креативної рефлексії, відкритість до інноваційних ідей і готовність до змін думок в світлі наявних даних та аргументів. | Усне опитування на семінарських заняттяхТестування у системі Moodle |
| СК 1. Усвідомлення сенсу філософії, її дисциплінарного розмаїття та місця в системі культури. | Усне опитування на семінарських заняттяхТестування у системі Moodle |
| СК15. Розуміння особливостей європейської філософії, її інтелектуального і соціокультурного призначення, місця в інституційному дизайні інноваційно-креативного простору країн ЄС.  | Усне опитування на семінарських заняттяхТестування у системі Moodle |
| РН0 1. Розуміти сенс філософії, її місце в системі культури. | Усне опитування на семінарських заняттяхТестування у системі Moodle |
| РН0 3. Знати основні етапи, напрямки в історії світової та вітчизняної філософії | Усне опитування на семінарських заняттяхТестування у системі Moodle |

**Міждисциплінарні зв’язки.**

Опанування курсу «Філософія креативного туризму» у міждисциплінарному сенсі концептуально й змістовно кореспондує з проблематикою гуманітарних, соціальних, природничих, психолого-педагогічних дисциплін. Особливо йдеться про такі дисципліни як філософія, соціологія, політологія, культурологія, туризмознавство.

**3. Програма навчальної дисципліни**

**Змістовий модуль *1****. Філософія креативного туризму: сутність, атрибути, тенденції розвитку.*

**Тема 1.** *Сучасний туризм: сутність, атрибути,креативні форми, тенденції розвитку. Сучасний ринок туристичних послуг.*

Семантичний простір поняття «туризм». Турист: основні характеристики.Нормативно-правове регулювання туристичної активності людини та підприємницької діяльності в сфері туризму. Тенденції розвитку сучасного туризму. Специфіка світового ринку туристичних послуг. Світовий ринок туристичних послуг - це сфера стійких відносин між суб’єктами світового господарства у галузі туризму з приводу виробництва, реалізації, розподілу і споживання туристичних послуг та супутніх товарів. Ризики на світовому ринку туристичних послуг.

**Тема 2.** *Сучасний світ: загальна характеристика та туристичний аспект. Глобалізація як мейнстрім розвитку сучасного світу: туристичний дискурс.*

Поняття «сучасний світ». Географічно-природнича характеристика сучасного світу: туристичний аспект. Культурно-ідеологічні та демографічні особливості сучасного світу: туристичний контекст. Особливості політико-правової карти світу. Центри сили (країни – лідери) та їх вплив на розвиток сучасного світу та туризму.

Глобалізація: сутність, суб'єкти, наслідки для туризму. Глобальні проблеми сучасності та їх вплив на розвиток туризму. Загальна характеристика інформаційного суспільства. Інформатизація туристичного бізнесу.

**Змістовий модуль 2.***Види туризму, їх креативний потенціал та туроперейтинг.*

**Тема 3.** *Креативний потенціал різноманітних видів туризму.*

 Неорганізований (або самодіяльний) туризм. Організований туризм.За способом: авіаційний, залізничний, автомобільний, автобусний, водний, пішохідний, велосипедний і комбінований туризм. За інтенсивністю туристичного потоку туризм ділиться на сезонний і поза сезонний. За тривалістю подорожі - короткостроковий (до 1 тижня) і довгостроковий туризм. Види туризму за віковою ознакою та метою подорожі. Поняття «подієвий» та «космічний» туризм. Специфіка цих видів туризму. Креативний характер діяльності суб’єктів туристичного бізнесу щодо їх організації.

**Тема 4.** *Маркетинг у креативному туризмі. Туроперейтинг креативного туризму.*

Суть маркетингу в креативному туризмі. Туристичний маркетинг - це систематичні зміни і координація діяльності туристичних підприємств, а також приватної і державної політики в галузі туризму, яка здійснюється за регіональними, національними чи міжнародними планами. Система та функції маркетингу в креативному туризмі. Туроператор і турагент як основні суб’єкти креативної туристичної діяльності. Організація креативного туристичного бізнесу. Ліцензування.Суб'єкти ринкових відносин в туризмі: організатори і продавці (туроператори і турагенти) туристичного продукту; їх контрагенти — виконавці послуг (готелі, ресторани, компанії-перевізники, екскурсійні бюро); покупці (споживачі) як комплексного турпродукту, так і окремих туристичних послуг. Реклама як чинник креативності в туристичній галузі.Сутність туристичної реклами. Організація рекламної діяльності, принципи та канали поширення реклами. Специфіка рекламної діяльності туристичного підприємства. Правила проведення рекламної компанії та формування іміджу туристичного підприємства.

**Змістовий модуль 3***. Дослідження моделей організації креативного туризму: східний, європейський та американський досвід.*

**Тема 5.** *Європейський ареал: туристичні креативні стратегії, здобутки та проблеми в розвитку туристичної галузі регіону.*

Загальна характеристика туристичного потенціалу Європи. Основні популярні туристичні дестинації європейського континенту. Здобутки та проблеми в розвитку туристичної галузі регіону. Трудова міграція і туризм: європейський контекст. *Моделі розвитку креативного туризму в Європі*.

Специфіка організації та маркетингових стратегій в туристичній галузі в Німеччині. Особливості організації туристичної галузі в Великій Британії. Нідерландах. Данія та її туристичний потенціал. Швеція і Фінляндія: маркетингові стратегії в туризмі. Особливості організації туристичної галузі в Італії. Франція – лідер світового в’їзного туризму. Особливості організації туристичної галузі в країні. Особливості організації туристичної галузі в Іспанії.

**Тема 6***. Американській туризм: креативні аспекти.*

Особливості організації туристичної галузі в США, Канаді та Мексиці. Тури в США: специфіка та основні напрямки. Організація турів для українців в Канаду, Мексику та Карибський регіон. Особливості організації туристичної галузі в країнах Латинської Америки. Туристичний потенціал Бразилії, Перу, Чилі, Колумбії, Аргентині. Тури в країни Латинської Америки: специфіка та основні напрямки. Туристичні ризики в країнах Латинської Америки.

***Тема 7****. Близький Схід: туристичний креативний потенціал в умовах турбулентності сучасного соціального буття.*

Поняття та структура Близького Сходу. Географічне положення: клімат, флора, фауна, ресурси. Загальна характеристика близькосхідних країн та їх туристичного потенціалу.*Моделі розвитку та креативний потенціал туризму в країнах Близького Сходу (Туреччина, Єгипет, ОАЕ та інші країни регіону*)Туризм в Туреччині. Маркетингові туристичні пропозиції щодо Туреччині. Модель розвитку туризму в Єгипті. Маркетингові туристичні пропозиції щодо Єгипту. ОАЕ як світовий туристичний центр. Маркетингові туристичні пропозиції щодо ОАЕ. Моделі розвитку туризму в інших країнах Близького Сходу та Африки. Маркетингові технології організації турів в країни регіону.

***Тема 8.*** *Далекий Схід: моделі креативного розвитку, ціннісні орієнтації та туристичні перспективи.*

Поняття та структура Далекого Сходу. Географічне положення: клімат, флора, фауна, ресурси. Загальна характеристика східно-азіатських країн та їх туристичного потенціалу. Китай, Японія, Південна Корея, Індія, Індонезія як об’єкти туристичного аналізу.*Моделі розвитку креативного туризму в країнах Південно-Східної Азії (Китай, Індія, Японія, Корея, Таїланд).* Організація турів для українців в туристичні центри Китаю. Організація турів для українців в Індію і Японію. Специфіка маркетингових стратегій щодо організація турів для українців в Таїланд. Південна Корея як новий туристичний напрямок для українських туристичних фірм.

 **Змістовий** м**одуль 4.** *Креативний туризм в Африці, Океанії та Україні***.**

***Тема 9****. Африка у світових координатах креативного туризму.*

Загальна характеристика африканського континенту. Особливості і маркетингові проблеми організації креативного туристичного бізнесу в Африці. Розвинуті та потенціальні туристичні центри Африки.Океанія та острівна соціальність: особливості маркетингу та тенденції розвитку туристичного потенціалу.Загальна характеристика туристичного потенціалу Океанії. Острівний характер ідеальних для життя країн в літературі. Основні принципи маркетингової стратегії острівних турів. Острів як туристична дестинація: поняття та класифікація. Своєрідність острівної соціальності: туристичний аспект.

 *Туристичний потенціал України та Запорізького регіону.*

Загальна характеристика України як туристичного об’єкта та суб’єкта туристичного бізнесу***.*** Основні туристичні центри та популярні дестинації країни. Маркетингові стратегії туристичних фірм України щодо організації туристичної активности громадян та іноземців. Проблеми та здобутки туристичної галузі в Україні.

.

**4. Структура навчальної дисципліни**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Змістовий модуль | Усьогогодин | Аудиторні (контактні) години | Самостійна робота, год | Система накопичення балів |
| Усьогогодин | Лекційні Заняття, год | Семінарські/Практичні/лабораторні заняття, год | Теор.зав-ня, к-ть балів | Практ.зав-ня,к-ть балів | Усього балів |
| о/дф. | з/дистф. | о/д ф. | з/дистф. | о/д ф. | з/дистф. |
| **1** | **1** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** |
| 1 |  4 | 4 |   |  2 |  |  | 24 |  | 10 |  | 12 |
| 2 | 4 | 4 |  | 2 |  | 2 | 10 |  | 10 |  | 16 |
| 3 | 4 | 4 |  | 4 |  |  2 | 20 |  | 10 | 10 | 16 |
| 4 | 4 | 4 |  | 2 |  | 2 | 20 |  | 10 | 10 | 16 |
| Усього за змістові модулі | 16 | 16 |  | 10 |  |  6 | 74 |  | 40 | 20 | 60 |
| Підсумковий семестровий контроль**залік** | 30 |  |  |  |  |  | 30 |  |  |  | 40 |
| Загалом | 90 | 10/6 |  |  |  |  | 74 |  | 40 | 20 | 100 |

**5. Теми лекційних занять**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №теми з/прогр. вказується номер теми відповідно до п.3 Програма навчальної дисципліни | Назва теми | Кількістьгодин |
| д.ф. | з.ф. |
| 1 | Сучасний туризм: сутність, атрибути, креативні форми, тенденції розвитку. Сучасний ринок креативних послуг. | 2 |  |
| 2 | Сучасний світ: загальна характеристика та туристичний аспект. Глобалізація як мейнстрім розвитку сучасного світу: туристичний дискурс*.*  |  |  |
| 3 | Креативний потенціал різноманітних видів туризму | 2 |  |
| 4. | Маркетинг у креативному туризмі. Туроперейтинг креативного туризму. |  |  |
| 5 | Європейський ареал: туристичні креативні стратегії, здобутки та проблеми в розвитку туристичної галузі регіону. | 2 |  |
| 6 | Африка у світових координатах креативного туризму. Океанія та острівна соціальність: особливості розвитку туристичного креативного потенціалу. | 2 |  |
| Разом | 10 |  |

**6. Теми практичних (семінарських/лабораторних) занять**

(

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №теми з/прогр.вказується номер теми відповідно до п.3 Програма навчальної дисципліни  | Назва теми | Кількістьгодин |
| д.ф. | з.ф. |
| 1 | Африка у світових координатах креативного туризму. | 2 |  |
| 2 | Далекий Схід: потенціал креативного туризму | 2 |  |
| 3 |  Моделі розвитку та креативний потенціал туризму в країнах Близького Сходу (Туреччина, Єгипет, ОАЕ та інші країни регіону). | 2 |  |
| Разом | 6 |  |

**7. Самостійна робота**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №теми з/прогр. вказується номер теми відповідно до п.3 Програма навчальної дисципліни | Назва теми | Кількістьгодин |
| д.ф. |
| 1 | Сучасний туризм: сутність, атрибути, креативні форми, тенденції розвитку. Сучасний ринок туристичних послуг. | 8 |
| 2 | Сучасний світ: загальна характеристика та туристичний аспект. Глобалізація як мейнстрім розвитку сучасного світу: туристичний дискурс.   | 8 |
| 3 | Креативний потенціал різноманітних видів туризму*.* | 8 |
| 4 | Маркетинг у креативному туризмі. Туроперейтинг креативного туризму. | 8 |
| 5 | Європейський ареал: туристичні креативні стратегії, здобутки та проблеми в розвитку туристичної галузі регіону. | 10 |
| 6 | Американській туризм: креативні аспекти.  | 10 |
| 7 | Моделі розвитку та креативний потенціал туризму в країнах Близького Сходу (Туреччина, Єгипет, ОАЕ та інші країни регіону).  | 10 |
| 8 | Моделі розвитку креативного туризму в країнах Південно-Східної Азії (Китай, Індія, Японія, Корея, Таїланд). | 10 |
| 9 | Африка у світових координатах креативного туризму.Океанія та острівна соціальність: особливості розвитку туристичного потенціалу |  2 |
| Разом | 74 |

**8. Види контролю і система накопичення балів**

 ***Обов’язкові види роботи***:

***Поточне тестування*** – здійснюється в форматі тестування в системі Moodle після аудиторних занять та самостійного опрацювання матеріалу навчальної дисципліни з метою перевірку рівня засвоєння студентами основних положень курсу філософії креативного туризму. Терміни для виконання кожного тесту визначаються згідно встановленному графіку освітнього процесу.

***Рубіжний підсумковий контроль*** здійснюється по завершенні вивчення атестаційного періоду як сума балів за результатами тестування.

 ***Підсумкове тестування (залік)****(max40 балів)**–* проводиться у форматі тестування в системі Moodle по закінченні вивчення курсу з метою оцінювання результатів засвоєння студентами змісту навчальної дисципліни.*.* Підсумкове тестування складається з 40 питань (max 1 бал за кожне питання).

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Проведення заходів | Кількість заходів протягом вивчення дисципліни | За 1 захід | Максимальна кількість балів |
| **Поточний контроль** |
|  | Тестування  | 10 | 6 | 60 |
|  |  |  |  | Всього: 60 |
| **Підсумковий контроль** |
|  | Залік. Тестування в системі електронного забезпечення навчання ЗНУ Moodle (перевірка рівня засвоєння теоретичних положень - відповіді на питання, пояснення термінів та дефініцій) |  | 40 | Всього: 40 |
|  |  |  |  |  |
| **Усього за курс: 100** |

1. Під час тестування в системі електронного забезпечення навчання ЗНУ Moodle студенти можуть набрати до 6 балів за кожний тест (це завдання складається з 6 питань, кожна правильна відповідь оцінюється 1 балом). Максимально за цей вид роботи студенти можуть набрати до 60 балів (6 балів Х 10 тестів = 60 балів).

2. Підсумковий контроль - залік- проводиться у форматі виконання тестових завдань в системі Moodle, під час якого студенти можуть набрати до 40 балів за підсумковий тест (це завдання складається з 40 питань, кожна правильна відповідь оцінюється 1 балом). Максимально за цей вид роботи студенти можуть набрати до 40 балів (1 бал Х 40 питань = 40 балів).

Отже, за весь курс студент може отримати до 100 балів.

**Шкала оцінювання: національна та ECTS**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| За шкалоюECTS | За шкалою університету | За національною шкалою |
| Екзамен | Залік |
| A | 90 – 100 (відмінно) | 5 (відмінно) | Зараховано |
| B | 85 – 89 (дуже добре) | 4 (добре) |
| C | 75 – 84 (добре) |
| D | 70 – 74 (задовільно)  | 3 (задовільно) |
| E | 60 – 69 (достатньо) |
| FX | 35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання) | 2 (незадовільно) | Не зараховано |
| F | 1 – 34 (незадовільно – з обов’язковим повторним курсом) |

**9. Рекомендована література**

**Основна:**

1. Вовчанська О. М., Іванова Л. О. Сучасні реалії розвитку світового ринку пригодницького туризму. The 4th International scientific and practical conference “Dynamics of the development of world science” (December 18-20, 2019). Perfect Publishing, Vancouver, Canada. 2019. Р.129-138.
2. Збарський В.К., Грибова Д.В. Особливості еволюційного розвитку туристичної галузі. Агросвіт.2020. № 2. С. 18-22.
3. Кoнoх А. П. Oснoвні дефініції туризму в істoричнoму рoзвитку // Педагoгічний прoцес: теoрія і практика. Зб. наук. пр. Київ: П/П ”ЕКМO”, 2004. С. 92-105.
4. Кoнoх А. П. Туризм. Навчальний посібник. Запoріжжя: ЗНУ, 2015. 134 с.
5. Кривега Л.Д., Сухарева К.В. Світовий туризм: філософія змін //Культурологічний вісник. Науково-теоретичний щорічник Нижньої Наддніпровщини. Випуск 41. Том 1. Запоріжжя, 2020. С.86-91.
6. Мальська М. П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: [навч.посібник]. Київ: ЦУЛ, 2014. 272 с.
7. Менеджмент туристичної індустрії: Навч. посібник для студ. вищих навч. закл. / [Ред. Ігор Миколайович Школа]. Чернівці : Книги-ХХІ, 2015. 596 с.
8. Міжнародний туризм: методика і матеріали статистичних досліджень / [Уклад. О.  Д.  Король, Т.  Д.  Скутар] // Чернівецький національний ун-т ім. Юрія Федьковича. Чернівці : Рута, 2012. 64 с.
9. Петрушенко B.Л. Філософія: Курс лекцій: Навчальний посібник для студентів вищих закладів освіти III-IV рівнів акредитації. 3-тє видання, перероб. і доповн. Львів: «Магнолія плюс»; вида­вець СПД ФО В.М. Піча, 2015. 506 с.
10. Причепій Є.М., Черній А.М., Чекаль Л.А. Філософія: Підручник. Київ : Академвидав, 2013. 592 с. (Серія "Альма-матер").
11. Філософія: навч. посіб. / [Л. В. Губерський та ін.] ; за ред. д-ра філос. наук, проф. І. Ф. Надольного. 8-е вид., стер. Київ: Вікар, 2015. 456 с. (Серія "Вища освіта XXI століття").
12. Tourism: Principles, Practices, Philosophies 12th Edition

by [Charles R. Goeldner](https://www.amazon.com/Charles-R-Goeldner/e/B001H6GKLO/ref%3Ddp_byline_cont_book_1)  (Author), [J. R. Brent Ritchie](https://www.amazon.com/s/ref%3Ddp_byline_sr_book_2?ie=UTF8&field-author=J.+R.+Brent+Ritchie&text=J.+R.+Brent+Ritchie&sort=relevancerank&search-alias=books) (Author). Wiley; 2011. 312 p.

**Додаткова:**

1. Грабовський Ю. А., Скалій О.В., Скалій Т.В. Спортивний туризм: навч. Посібник. Київ: Навчальна книга. Богдан, 2012. 304с
2. Дубенюк Я. А. Міжнародний туризм і світовий ринок туристичних послуг: сутність, суб’єкти, основні різновиди // *Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект*: Сб. науч. тр. Донецк: ДонНУ, 2006. Ч. ІІ. С. 817-821.
3. Дубенюк Я. А. Регіональні особливості розвитку міжнародного туризму // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2007. № 5. С. 63-67
4. Кривега Л.Д., Сухарева Е.В. Мировой туризм: Тенденции развития. *Гілея: науковий віcник. Збірник наукових праць* / Гол. ред. В. М. Вашкевич. Київ: «Видавництво «Гілея», 2015. Вип. 98. C.283-285.
5. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / М.  П. Мальська, Н.  В. Антонюк, Н.  М. Ганич / Львівський національний ун-т ім. Івана Франка. Факультет міжнародних відносин. Географічний факультет. Київ: Знання, 2008. 661с.
6. Сухарева К.В. Туризм як спосіб подолання людиною граничності повсякденного буття: автореф. дис. канд.філос.наук; 09.00.03 - соціальна філософія та філософія історії; Запорізький національний університет. Запоріжжя, 2010. 19 с.

***Інформаційні ресурси:***

1. Всесвітня Туристична Організація. Факти. URL : //<http://www.unwto.org/index_r.php>.
2. World Tourism Organization. URL: // [www.unwto.org](http://www.unwto.org/).
3. Tourism 2021 Vision. Vol.7.Forecast and Profiles of Market. Madrid: UNWTO, 2021. 139 p.