

**ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ТУРИЗМУ ТА МІЖНАРОДНИХ КОМУНІКАЦІЙ
Кафедра туризму**

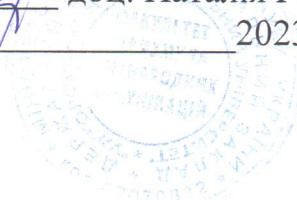
«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан факультету туризму та
міжнародних комунікацій

доц. Наталія ГАБЧАК

2023 року

«
»



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ У ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Рівень вищої освіти	другий (магістерський)
Галузь знань	24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність	242 Туризм і рекреація 1015 Travel, tourism and leisure
Освітня програма	«Туризм»
Статус дисципліни	вибіркова
Мова навчання	українська

Робоча програма навчальної дисципліни «Інтернет-комунікації у туристичній діяльності» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 24 «Сфера обслуговування» спеціальності 242 «Туризм і рекреація» / 1015 Travel, tourism and leisure освітньої програми «Туризм».

Розробник: Грабар М.В. к.е.н., доц., доцент кафедри туризму

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри туризму протокол № 1 від «29» серпня 2023 р.

Завідувач кафедри  д.геогр.н., проф. Ганна МАШКА

Схвалено науково-методичною комісією факультету туризму та міжнародних комунікацій протокол №1 від «31» серпня 2023 р.

Голова науково-методичної комісії  д.геогр.н., проф. Ганна МАШКА

© Грабар М.В., 2023 р.

© ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2023 р.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Інтернет-комунікації у туристичній діяльності

Найменування показників	Розподіл годин за навчальним планом	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів ЄКТС – 4	Рік підготовки: 1	
Загальна кількість годин – 120	<i>120 год.</i>	<i>120 год.</i>
Кількість модулів – 2	Семестр:	
Тижневих годин для денної форми навчання: 2,5 аудиторних – 42 самостійної роботи студента – 78	2	2
	Лекції:	
	22	6
	Практичні (семінарські):	
	20	6
Вид підсумкового контролю: залік	Лабораторні:	
	–	–
Форма підсумкового контролю: комбінована	Самостійна робота:	
	78	108

2. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення навчальної дисципліни «Інтернет-комунікації у туристичній діяльності» є формування у здобувачів навичок застосовувати сучасні інформаційні технології та використовувати новітні наукові підходи для набуття відповідних комплексних теоретичних знань та методологічних основ необхідних для кваліфікованого виконання професійних завдань та обов'язків.

Предмет – теоретичні основи організації інтернет-середовища і пошукових систем та практичні засади просування компанії в мережі Інтернет.

Завдання дисципліни:

- вивчити сутність і особливості інтернет-комунікації в туристичній діяльності;
- дослідити он-лайн стратегії туристичної діяльності;
- розглянути туристичні сайти, їх дизайн, наповнення, використання, просування;
- вивчити поведінку та вимоги споживачів турпослуг з використанням інтернет-технологій;
- визначити особливості роботи з пошуковими системами в Інтернеті;
- ознайомитися з технологіями соціальних мереж та їх можливості у туризмі;
- дослідити формування нових туристичних продуктів на основі аналізу даних веб-аналітики;
- проаналізувати використання даних для аналізу аудиторії он-лайн.

Відповідно до освітньої програми, вивчення даної дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких компетентностей:

- 1) інтегральна компетентність – здатність ставити та успішно розв'язувати на достатньому професійному рівні складні науково-дослідницькі та практичні задачі, узагальнювати практику туризму і рекреації, прогнозувати напрями їх розвитку, вирішувати професійні проблеми та практичні завдання у сфері туризму і рекреації, як в процесі навчання, так і в процесі роботи, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
- 2) загальні компетентності:
 - ЗК2. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.
 - ЗК10. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
 - ЗК 11. Здатність визначити наявність проблеми, аналізувати та вирішувати її, обґрунтовувати управлінські рішення та забезпечувати їх дієвість.
 - ЗК13. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, обробки та інтерпретації з використанням базових знань, що необхідні для здійснення професійної діяльності.
- 3) предметні компетентності:
 - СК 1. Здатність застосовувати у професійній діяльності категорійно-термінологічний апарат, концепції, методи та інструментарій системи наук, що формують науковий базис туризму та рекреації.
 - СК5. Здатність використовувати теорію і методи інноваційно-інформаційного розвитку на різних рівнях управління.
 - СК 6. Здатність до організації та управління туристично-рекреаційним процесом на локальному і регіональному рівнях, в туристичній дестинації, на туристичному та рекреаційному підприємстві.
 - СК11. Здатність оперувати інструментами збору, обробки інформації, аналізувати та управляти туристичною інформацією.
 - СК 12. Здатність до підприємницької діяльності на національному та міжнародному туристично-рекреаційних ринках.

3. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовами вивчення навчальної дисципліни «Інтернет-комунікації у туристичній діяльності» є опанування таких навчальних дисциплін (НД) освітньої програми (ОП):

- ОК 1.1.1 Методологія і організація наукових досліджень;
- ОК 1.2.2 Туризмологія;
- ОК 1.2.4 Державне управління туристично-рекреаційною галуззю.

4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Відповідно до освітньої програми «Туризм», вивчення навчальної дисципліни «Інтернет-комунікації у туристичній діяльності» повинно забезпечити досягнення здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПРН):

Програмні результати навчання	Шифр ПРН
Спеціалізовані концептуальні знання, що включають сучасні наукові здобутки, критичне осмислення проблем у сфері туризму та рекреації і на межі галузей знань	ПРН 1
Застосовувати сучасні цифрові технології, методи та інструменти дослідницької та інноваційної діяльності для розв'язання складних задач у сфері туризму та рекреації	ПРН 3
Знання закономірностей, принципів та механізмів функціонування туристично-рекреаційного ринку.	ПРН 4
Використовувати комунікативні навички і технології, ініціювати запровадження методів комунікативного менеджменту в практику діяльності суб'єктів туристичного бізнесу.	ПРН 12

Очікувані результати навчання, які повинні бути досягнуті після опанування навчальної дисципліни «Інтернет-комунікації у туристичній діяльності»:

Очікувані результати навчання з дисципліни	Шифр ПРН
Знати теорії інформаційного суспільства, специфіку інформації і комунікації та їх взаємодію і співвідношення в Інтернеті	ПРН 1
Розуміти он-лайн стратегії туристичної діяльності	ПРН 1
Аналізувати сайти туристичного підприємства, його змістове наповнення.	ПРН 3
Знати загальні принципи просування та розкрутки сайту враховуючи конкурентні позиції підприємства.	ПРН 3
Знати аналізувати поведінку та вимоги споживачів турпослуг з використанням Інтернет технологій	ПРН 4
Оцінювати перспективи розвитку та формувати нові туристичні продукти на основі аналізу даних веб-аналітики	ПРН 4
Знати практичні аспекти дослідження та використання інтернет-комунікацій в туризмі	ПРН 12

5. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є: 1) на денній формі навчання – поточний (доповіді на практичних заняттях, презентації, виконання тестових завдань по темі), модульний і підсумковий семестровий контроль у формі заліку; 2) на заочній формі навчання – поточний контроль, виконання контрольної роботи, що є допуском до підсумкового семестрового контролю у формі заліку.

Форми (методи) контролю та критерії оцінювання результатів навчання

Форми поточного контролю: виконання практичних завдань, виступи на семінарських заняттях, виконання тестових завдань по темі.

Форма модульного контролю: модульна контрольна робота або тестування (письмове).

Форма підсумкового семестрового контролю: залік.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 1)

Поточне оцінювання та самостійна робота				Модульна контрольна робота	Сума
T1	T2	T3	T4	50	100
12	12	14	12		

T1, T2 ... – теми

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 2)

Поточне оцінювання та самостійна робота				Модульна контрольна робота	Сума
T5	T6	T7	T8	50	100
12	12	12	14		

T1, T2 ... – теми

Оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни

Вид діяльності здобувача вищої освіти	Модуль 1		Модуль 2	
	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)
Практичні (семінарські) заняття	4	40	5	40
Презентація	1	10	1	10
Модульна контрольна робота	1	50	1	50
Разом		100		100

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять і має на меті перевірку засвоєння здобувачами навчального матеріалу. Форма проведення поточного контролю під час навчальних занять визначається робочою навчальною програмою

дисципліни. Під час оцінювання засвоєння кожної теми за поточну навчальну діяльність здобувача виставляються оцінки з урахуванням затверджених критеріїв оцінювання для відповідної дисципліни.

Модульний контроль – це контроль знань здобувачів після вивчення логічно завершеної частини навчальної програми дисципліни змістового модуля. Частота проведення цього виду контролю визначається кількістю змістових модулів протягом навчального семестру.

Оцінювання навчальних досягнень та практичних навичок здобувачів здійснюється за 100 бальною системою. Загальна кількість балів за семестр з навчальної дисципліни складається із середнього арифметичного балу за модулі та балів за поточний контроль.

У разі отримання позитивної підсумкової оцінки за модулі здобувач має право відмовитися від складання заліку. У такому випадку в заліково-екзаменаційну відомість заноситься загальна підсумкова оцінка. При умові, якщо здобувач хоче покращити підсумкову оцінку із дисципліни, він має складати залік. При цьому результати поточного контролю не враховуються.

Якщо здобувач відвідав менше 50 відсотків занять, то систематичність та активність його роботи оцінюється у 0 балів.

Оцінювання модульних завдань. Після виконання програми змістового модуля у визначений деканатом термін здійснюється поточний модульний контроль у вигляді письмової модульної контрольної роботи або тестування. Якщо з об'єктивних причин здобувач не прийшов на модульний контроль у визначений термін, то він має право з дозволу декана пройти його протягом двох тижнів після виникнення заборгованості.

Здобувач вищої освіти, який не з'явився на модульну контрольну роботу, або ж його модульна оцінка складає від 0 до 34 балів, зобов'язаний скласти (перескласти) модуль до початку підсумкового контролю у строки, визначені викладачам дисципліни та погоджені деканатом факультету.

При оцінюванні модульної контрольної роботи враховується обсяг і правильність виконаних завдань:

- а) оцінка “відмінно” ставиться за правильне виконання всіх завдань;
- б) оцінка “добре” ставиться за виконання 75 % усіх завдань;
- в) оцінка “задовільно” ставиться, якщо правильно виконано більше 50% запропонованих завдань;
- г) оцінка “незадовільно” ставиться, якщо завдань виконано менше від 50 %.

Неявка на модульну контрольну роботу – 0 балів.

Ці оцінки трансформуються в рейтингові бали у такий спосіб:

“5” – 41-50 балів;

“4” – 31-40 балів;

“3” – 21-30 балів;

“2” – 1-20 балів.

Неявка на МКР – 0 балів.

Критерії оцінювання підсумкового контролю

За результатами модульних контролів визначається підсумкова модульна оцінка. Залікова оцінка визначається в залежності від рейтингового балу, або балів за екзамен.

Залік – це вид підсумкового контролю, при якому засвоєння здобувачем навчального матеріалу з дисципліни оцінюється на підставі результатів поточного та модульного контролю. До складання заліку допускаються здобувачі вищої освіти, які мають семестровий підсумковий рейтинговий бал не менше 35

Відмітка про залік у національній шкалі (“зараховано”, “не зараховано”) та оцінка в шкалі ЄКТС виставляється на підставі семестрового рейтингового бала здобувача вищої освіти за дисципліну таким чином:

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 - 100	A	відмінно	зараховано
82 - 89	B	добре	
75 - 81	C	задовільно	
64 - 74	D		
60 - 63	E		
35 - 59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0 - 34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Критерій оцінювання підсумкового контролю з дисципліни

— **«відмінно» (90-100 балів, A)** заслуговує здобувач, який виявив всебічне і глибоке знання програмового матеріалу, вміння вільно виконувати завдання, передбачені програмою, засвоїв основну і ознайомився з додатковою літературою, розуміє взаємозв'язок головних понять дисципліни та їх значення для майбутньої професії;

— **«добре» (82-89 балів, B)** заслуговує здобувач, який виявив повне знання програмного матеріалу, успішно виконує передбачені програмою завдання, засвоїв основну літературу рекомендовану програмою, виявив систематичний характер знань з дисциплін і здатний до самостійного доповнення, але під час відповіді допустив деякі неточності;

— **«добре» (74-81 бал, C)** заслуговує здобувач, що виявив не цілком повне знання програмного матеріалу, не завжди успішно виконує передбачені програмою завдання, частково засвоїв основну літературу, рекомендовану програмою, виявив не систематичний характер знань з дисциплін і не завжди здатний до їх самостійного доповнення і під час відповіді допускає деякі неточності;

— **«задовільно» (64-73 бали, D)** заслуговує здобувач, що виявив знання основного програмного матеріалу в обсязі, необхідному для подальшого навчання та майбутньої роботи за професією, вміє виконувати завдання, передбачені програмою, знайомий з основною рекомендованою літературою. Як правило, дана оцінка виставляється здобувачам, що допустили помилки у відповіді на заліку, але які володіють необхідними знаннями для їх усунення за допомогою викладача;

— **«задовільно» (60-63 балів, E)** заслуговує здобувач, що виявив часткове знання основного програмового матеріалу в обсязі, необхідному для подальшого навчання та майбутньої роботи за професією, не завжди вміє виконувати завдання, передбачені програмою, знайомий лише частково з основною рекомендованою літературою. Як правило, дана оцінка виставляється здобувачам, що допустили грубі помилки у відповіді на заліку, але які частково володіють необхідними знаннями для їх усунення за допомогою викладача.

— **«незадовільно» (35-59 балів, FX)** виставляється здобувачу, який виявив суттєві прогалини в знаннях основного програмового матеріалу, допустив принципові помилки у виконанні передбачених програмою завдань.

— **«незадовільно» (0-34 балів, F)** виставляється здобувачу коли протягом семестру він допустив грубі помилки у виконанні передбачених програмою завдань.

6. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

6.1. Зміст навчальної дисципліни

Модуль 1 МОЖЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТ У ФОРМУВАННІ, ПРОСУВАННІ І РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

ТЕМА 1. Теорії інформаційного суспільства

Основні характеристики інформаційного суспільства. Теорії соціального мережевого аналізу. Теорія мережевого суспільства М. Кастельса. Теорія комунікації. Теорія інформації. Інформація і комунікація: їхня взаємодія і співвідношення в Інтернеті.

ТЕМА 2. Інтернет-комунікації в туристичній діяльності

Еволюція Інтернет-технологій. Види Інтернет комунікацій: загально інформаційні або жанри новин; науково-освітні і спеціальні інформаційні; художньо-літературні; ділові і комерційні. Можливості Інтернет у формуванні, просуванні і реалізації туристичного продукту. Використання QR-кодів у сфері туризму.

ТЕМА 3. Он-лайн стратегія туристичної діяльності

Стратегія в Інтернеті. Аналіз поведінки клієнтів он-лайн. Роль цілей у підвищенні ефективності бізнесу. Основні відомості про пошукові системи. Взаємодія пошукової системи з мережею. Основні відомості про звичайний пошук. Основні відомості про пошукову рекламу.

ТЕМА 4. Туристичні сайти, їх дизайн, наповнення, використання, просування

Основні форми просування компанії в мережі Інтернет. Інтернет-комунікації та їх вплив на конкурентні позиції підприємства. Аналіз сайту туристичного підприємства, його змістового наповнення. Загальні принципи просування сайту. Методи просування та розкрутки сайту.

Модуль 2 ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЙ В ТУРИЗМІ

ТЕМА 5. Вивчення поведінки та вимог споживачів турпослуг з використанням Інтернет технологій

Цільова аудиторія і «портрет» клієнта. Веб-аналітика. Вивчення статистики та залучення клієнтів. Відстеження кількості дзвінків і переходів. Планування і проведення рекламних кампаній і моніторинг їх ефективності. SERM (Search Engine Reputation Management). Складання портрету цільової аудиторії. Модель прийняття рішень про покупку в мережі Інтернет.

ТЕМА 6. Робота з пошуковими системами в Інтернеті

Основні відомості про оптимізацію пошукових систем. Роль плану оптимізації пошукових систем. Процес оптимізації пошукових систем. Вибір ключових слів. Визначення реальних цілей оптимізації пошукових систем. Оптимізація веб-сторінок для пошуку. Користь від інших веб-сайтів. Оптимізація пошукових систем для різних країн.

ТЕМА 7. Соціальні мережі та їх можливості у туризмі

Основні відомості про соціальні мережі. Вибір потрібної соціальної мережі. Визначення цілей для роботи в соціальних мережах. Реєстрація в соціальній мережі. Довгостроковий план використання соціальних мереж. Реклама в соціальних мережах. Оцінювання успіху роботи в соціальних мережах. Основні відомості про мобільний Інтернет і мобільні додатки. Основні відомості про рекламу на мобільних пристроях. Пошукові

кампанії для мобільних пристроїв. Медійні кампанії для мобільних пристроїв. Кампанії в соціальних мережах, орієнтовані на мобільні пристрої.

ТЕМА 8. Формування нових туристичних продуктів на основі аналізу даних веб-аналітики

Використання даних для аналізу аудиторії он-лайн. Цикл даних. Важливість аналітики веб-сайту. Робота з даними в електронних таблицях. Ефективне презентування даних.

6.2. Структура навчальної дисципліни

Назва змістових модулів і тем	Кількість годин							
	Денна форма				Заочна форма			
	усього	У тому числі			усього	У тому числі		
		лекції	практичні (семінарські)	самостійна робота		лекції	практичні (семінарські)	самостійна робота
2-й семестр								
МОДУЛЬ 1. МОЖЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТ У ФОРМУВАННІ, ПРОСУВАННІ І РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ								
ТЕМА 1. Теорії інформаційного суспільства	13	2	2	9	13			13
ТЕМА 2. Інтернет-комунікації в туристичній діяльності	16	4	2	10	15	1	1	13
ТЕМА 3. Он-лайн стратегія туристичної діяльності	16	2	4	10	16	1	1	14
ТЕМА 4. Туристичні сайти, їх дизайн, наповнення, використання, просування	14	2	2	10	16	1	1	14
Модульна контрольна робота	1	1						
Разом за модуль	60	10	10	39	60	3	3	54
МОДУЛЬ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЙ В ТУРИЗМІ								
ТЕМА 5. Вивчення поведінки та вимог споживачів турпослуг з використанням Інтернет технологій	15	4	2	9	13			13
ТЕМА 6. Робота з пошуковими системами в Інтернеті	14	2	2	10	15	1	1	13
ТЕМА 7. Соціальні мережі та їх можливості у туризмі	14	2	2	10	16	1	1	14
ТЕМА 8. Формування нових туристичних продуктів на основі аналізу даних веб-аналітики	16	2	4	10	16	1	1	14
Модульна контрольна робота	1	1						
Разом за модуль	60	13	10	39	60	3	3	54
Разом за семестр	120	22	20	78	120	6	6	108

6.3. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Теорії інформаційного суспільства	2	
2	Інтернет-комунікації в туристичній діяльності	2	1
3	Он-лайн стратегія туристичної діяльності	4	1
4	Туристичні сайти, їх дизайн, наповнення, використання, просування	2	1
	Модульна контрольна робота		
5	Вивчення поведінки та вимог споживачів турпослуг з використанням Інтернет технологій	2	
6	Робота з пошуковими системами в Інтернеті	2	1
7	Соціальні мережі та їх можливості у туризмі	2	1
8	Формування нових туристичних продуктів на основі аналізу даних веб-аналітики	4	1
	Модульна контрольна робота		
	Разом	20	6

6.4. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Теорії інформаційного суспільства	9	13
2	Інтернет-комунікації в туристичній діяльності	10	13
3	Он-лайн стратегія туристичної діяльності	10	14
4	Туристичні сайти, їх дизайн, наповнення, використання, просування	10	14
5	Вивчення поведінки та вимог споживачів турпослуг з використанням Інтернет технологій	9	13
6	Робота з пошуковими системами в Інтернеті	10	13
7	Соціальні мережі та їх можливості у туризмі	10	14
8	Формування нових туристичних продуктів на основі аналізу даних веб-аналітики	10	14
	Разом	78	108

7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ЯКИХ ПЕРЕДБАЧАЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА

Технічні засоби – мультимедійний проектор, ноутбук.

Програмне забезпечення – система електронного навчання Moodle.

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Буйницька О. П. Інформаційні технології та технічні засоби навчання: Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012. 240 с.
2. Буров Є. Комп'ютерні мережі: Наукове видання. 2-ге оновлене і доповн. Вид. Львів: БаК, 2003. – 584 с.: іл.
3. Гаврилов В. П. Інформаційні системи і технології в туризмі : навчальний посібник для здобувачів напряму підготовки 6.140103 "Туризм". Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. 168 с.
4. Гордієнко І. В. Інформаційні системи і технології в менеджменті : навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. 2-ге вид., перероб. і доп. К. : КНЕУ, 2003. 259 с.
5. Кастельс М. Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства. К. : Ваклер, 2007. 304 с.
6. Пінчук Н. С., Галузинський Г. П., Орленко Н. С. Інформаційні системи і технології в маркетингу : навч. Посібн. 2-ге вид., перероб. і доп. К. : КНЕУ, 2003. 352 с.
7. Томашевський О.М. Інформаційні технології та моделювання бізнес процесів: Навчальний посібник / О.М. Томашевський, Г.Г. Цегелик, М.Б. Вітер, В.І. Дубук. – К.: Видавництво «Центр учбової літератури», 2012. 296 с.

Додаткова

1. Дульська І.В. Інформаційно-комунікаційні технології як технологічний базис інклюзивного соціального та економічного зростання. Український соціум. 2018. № 1 (64). С.59-73.
2. Грабар М.В. Сучасні тенденції мобільного маркетингу у сфері туризму. International Partnership and Cooperation of Ukraine in Wartime: Collective monograph / edited by D. Nascimento, G. Starchenko. University of Coimbra, Portugal - Chernihiv: REICST, 2022. P. 83-109
3. Грабар М.В. Основні показники цифрової трансформації міжнародної туристичної індустрії. Проблеми економіки». № 3 (49). 2021. С. 10-15 <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2021-3-10-15>
4. Грабар М.В. Інформаційні системи та технології на туристичному ринку: сучасність та перспективи. Інфраструктура ринку. 2020. №39. С.26-32 URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/39_2020_ukr/7.pdf
5. Грабар М.В., Кашка М.Ю. Історія розвитку мобільних додатків та їх взаємозв'язок із туристичною індустрією. Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. 2019. Том 1, № 24. С.9-13
6. Грабар М.В. Зростання ролі цифрової трансформації туризму в контексті впливу COVID-19. Вплив обліку та фінансів на розвиток економічних процесів: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Берегове, 15 червня 2022 р.). Ужгород : ФОП Сабов А. М., 2022. С. 417-418.
7. Цифровий маркетинг - модель маркетингу XXI сторіччя: монографія /. Окландер М. А. та ін. / за ред.. М.А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2017. 296 с.
8. Юдін О. М., Макарова М. В., Лавренюк Р. М. Системи електронної комерції: створення, просування і розвиток : монографія. Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011.201 с.
9. Hrabar M., Kashka M. Tourist internet advertising: current state and trends of development. Social and legal aspects of the development of civil society institutions: collective monograph. Part I. Warsaw: BMT Erida Sp.z o.o., 2019. 61-76 p.
10. Hrabar M., Kashka M. Influence of mobile applications on tourism. The Potential of Modern Science: collective monograph. Volume 2. London: Sciemcee, 2019. 305 p.