

Теми кваліфікаційних робіт

1. Туристичний потенціал Хмельницької області.
2. Крафтовий туризм Подністер'я як складова економічного розвитку регіону.
3. Цифровізація у сфері туризму: стан та перспективи.
4. Цифрові інструменти та їх вплив на покращення діяльності суб'єктів туристичної галузі.
5. Імплементация сталого туризму в регіонах України: проблеми, перспективи та європейський досвід
6. Використання цифрових технологій в управлінні готельним бізнесом.
7. Вплив соціальних мереж та платформ відеоконтенту на туристичну привабливість дестинацій в Україні
8. Медичний туризм: вітчизняна та зарубіжна практика
9. Виїзний туризм в Україні: візова лібералізації та безвізовий режим
10. Культурна дипломатія в системі міжнародного туризму
11. Феномен цифрових кочівників (digital nomads) як новий сегмент міжнародного туризму: можливості та виклики для України.
12. Впровадження інноваційних цифрових сервісів у розвитку туристично-рекреаційних територій Поділля
13. Інноваційні маркетингові технології просування туристичних продуктів Поділля на внутрішньому ринку України
14. Розвиток гастрономічного туризму на основі інноваційних технологій у закладах гостинності Поділля
15. Інноваційні рішення в індустрії гостинності Хмельниччини: досвід впровадження «розумних» готелів
16. Туристичні стартапи Поділля як інструмент реалізації інноваційних стратегій регіонального розвитку
17. Цифровізація туристичних послуг у Хмельницькій області: стан, проблеми, перспективи
18. Екоінновації у сфері гостинності регіону Поділля в умовах післявоєнної відбудови
19. Інноваційна концепція створення агротуристичного хабу в умовах сільської громади Хмельниччини
20. Інноваційні технології як інструмент просування крафтового туризму в Подільському регіоні
21. Формування регіонального ринку туристично-рекреаційних послуг Хмельницької області: сучасний стан та перспективи розвитку
22. Кластеризація туристичної діяльності в Подільському регіоні: стратегічні напрями
23. Маркетингова стратегія просування туристичного потенціалу Поділля на національному та міжнародному ринках
24. Розробка туристичного бренду Хмельниччини як інструменту регіонального розвитку
25. Управління сталим розвитком туризму в національному природному парку «Подільські Товтри»
26. Роль Кам'янця-Подільського як туристичного магніту Подільського регіону
27. Формування іміджу туристичного регіону (на прикладі Хмельниччини)

- 28.Гастрономічна привабливість Поділля як чинник розвитку туризму та гостинності
- 29.Крафтовий туризм як чинник формування унікальної туристичної пропозиції Хмельницької області
- 30.Формування регіонального бренду крафтового туризму на Поділлі: потенціал, виклики, перспективи
- 31.Soft Skills як важливий чинник фахівця індустрії туризму та сфери гостинності
- 32.Бренд маркетинг туристичної дестинації як аспект її розвитку.
- 33.Реклама та PR у діяльності підприємств туризму та гостинності: стан, проблеми, перспективи
- 34.Кластери і кластерні ініціатив як складова регіонального розвитку туристичної сфери: світовий і вітчизняний досвід
- 35.Застосування маркетингових інструментів в умовах трансформації регіонального ринку туризму.
- 36.Інвестиційні проекти на підприємствах сфери туризму та гостинності: управління та реалізація
- 37.Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України: стан, особливості та перспективи
- 38.Проектний підхід до управління розвитком туризму та сфери гостинності.
- 39.Безбар'єрність у сфері туризму і гостинності: досвід, проблеми та перспективи.
- 40.Сучасні концепції сталого розвитку туризму та перспективи їх реалізації в Україні.