Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича
(повне найменування закладу вищої освіти)
Географічний факультет
(назва інституту/факультету)
Кафедра географії та менеджменту туризму

“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Декан географічного факультету
_____ Мирослав ЗАЯЧУК
«31» серпня 2026 року

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни

Туристичний агент
(вкажіть назву навчальної дисципліни (іноземною, якщо дисципліна викладається іноземною мовою))
вибіркова
(вказати: обов’язкова)

Освітньо-професійна програма *Міжнародний туризм, Туризм і сфера гостинності*
(назва програми)

Спеціальність *J3 "Туризм та рекреація"*
(вказати: код, назва)

Галузь знань *J "Транспорт та послуги"*
(вказати: шифр, назва)

Рівень вищої освіти *перший (бакалаврський)*
(вказати: перший (бакалаврський)/другий (магістерський)/третій (освітньо-науковий)
Географічний
(назва факультету/інституту, на якому здійснюється підготовка фахівців за вказаною освітньо-професійною програмою)

Мова навчання українська
(вказати: якими мовами читається дисципліна)

Чернівці 2026 рік

Робоча програма навчальної дисципліни **Туристичний агент** складена відповідно до освітньої програми «Міжнародний туризм» та освітньої програми «Туризм і сфера гостинності».

Розробник: доц. ***Андрусяк Наталя Степанівна***, доцент кафедри соціальної географії та рекреаційного природокористування, к.б. н.

Викладач, що забезпечує читання даної навчальної дисципліни:

доц. ***Андрусяк Наталя Степанівна***, доцент кафедри соціальної географії та рекреаційного природокористування, к.б. н.

Погоджено з гарантом ОП
«Міжнародний туризм і туроперейтинг» _____ Олександр КОРОЛЬ

Затверджено на засіданні кафедри географії та менеджменту туризму
Протокол № 1 від «25» серпня 2026 року

Завідувач кафедри географії
та менеджменту туризму _____ Олександр КОРОЛЬ

Схвалено навчально-методичною радою географічного факультету
Протокол № 1 від «31» серпня 2026 року

Голова навчально-методичної ради
географічного факультету _____ Наталя АНДРУСЯК

Мета навчальної дисципліни полягає у забезпеченні майбутніх фахівців з туризму знаннями та практичними навичками роботи з CRM системами, системами бронювання та резервування.

Результати навчання. У результаті вивчення навчальної дисципліни студент має набути таких **компетентностей**:

- ЗК2. Здатність вести професійну діяльність у міжнародному та вітчизняному середовищі.
- СК5. Здатність оперувати інструментами збору, обробки інформації, аналізувати та управляти туристичною інформацією.

Програмні результати навчання:

- РН2. Спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур у сфері туризму і рекреації.
- РН3. Застосовувати сучасні цифрові технології, методи та інструменти дослідницької та інноваційної діяльності для розв'язання складних задач у сфері туризму та рекреації.
- РН7. Організовувати співпрацю зі стейкголдерами, формувати механізми взаємодії суб'єктів туристичного ринку з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.
- РН11. Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово для обговорення професійних проблем, презентації результатів досліджень та проєктів у сфері туризму і рекреації

Опис навчальної дисципліни
Загальна інформація

Назва навчальної дисципліни *Туристичний агент*												
Форма навчання	Рік підготовки	Семестр	Кількість			Кількість годин						Вид Підсум. контролю
			кредитів	годин	змістових модулів	лекції	практичні	семінарські	лабораторні	самостійна робота	індивідуальні завдання	
Денна	2	3	3	90	2	16	14	-	-	60	-	залік

Структура змісту навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	Денна форма					
	усього	у тому числі				
		л	п	сем	інд	с.р.
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи турагентської діяльності						
Тема 1. Загальна характеристика турагентської діяльності	14	2		2		10
Тема 2. Особливості роботи з туроператорами	14	2		2		10
Тема 3. Туристичні сканери: застосування у турагентській діяльності	15	3		2		10
Модуль-контроль	2	1		1		
Змістовий модуль 2. Практичний блок: підбір турів						
Тема 4. Вивчення туристичного продукту	14	2		2		10
Тема 5. Бронювання турів на сайтах туристичних операторів	14	2		2		10
Тема 6. Оформлення документів на тури	15	3		2		10
Модуль-контроль	2	1		1		
Усього годин:	**90**	**16**	**-**	**14**	**-**	**60**

Тематика лекційних занять з переліком питань

№ з/п	Назва теми
1.	**Тема 1. Загальна характеристика турагентської діяльності.** 1. Сутність, призначення та правово-організаційні засади турагентської діяльності 2. Відмінності між турагентською та туроператорською діяльністю 3. Організація технологічного процесу та договірна взаємодія у турагентстві
2.	**Тема 2. Особливості роботи з туроператорами** Договірно-правовий та фінансовий механізм взаємодії Операційно-технологічні процеси та електронне бронювання Партнерська підтримка та врегулювання претензій

3.	**Тема 3. Туристичні сканери: застосування у турагентській діяльності** 1. Сутність, види та призначення туристичних сканерів 2. Технологія застосування в операційній діяльності 3. Ефективність та ризики використання
4.	**Тема 4. Вивчення туристичного продукту** 1.Сутність та складові туристичного продукту 2.Джерела та методи вивчення 3.Практичне застосування знань у продажах
5.	**Тема 5. Бронювання турів на сайтах туристичних операторів** 1. Авторизація та підготовка до бронювання 2. Алгоритм внесення даних та оформлення заявки 3. Післябронювальний процес і документообіг
6.	**Тема 6. Оформлення документів на тури** 1. Правова база та первинні документи 2. Склад та специфіка виїзного пакета 3. Контроль правильності та електронний документообіг

Тематика практичних занять з переліком завдань

Тема 1. Портрет туристичного агента.

1. Кваліфікаційний профіль та матриця компетенцій
2. Психологічний портрет та етика спілкування
3. Зовнішній імідж, дрес-код та діловий етикет
4. Посадові обов'язки та тайм-менеджмент

Тема 2. Мої туристи: особливості роботи

1. Ознайомитись із функціоналом системи «Мої туристи».
2. Створити тестову картку клієнта та внести основні дані.
3. Зробити короткий висновок: які переваги система має для збереження клієнтської бази.

Тема 3. CRM для управління туристичною агенцією

1. Обрати одну CRM-систему (Bitrix24, AmoCRM, Zoho CRM тощо).
2. Створити тестового клієнта, заявку та завдання на бронювання.
3. Продемонструвати, як CRM допомагає контролювати етапи продажу туру.

Тема 4. Бронювання турів на сайтах туроператорів: загальні особливості

1. Обрати два сайти туроператорів (наприклад, Anex Tour, Join UP!).
2. Виконати симуляцію бронювання туру (вибір країни, готелю, дати, кількості туристів).
3. Порівняти процес бронювання на обох сайтах — що зручніше для користувача.

Тема 5. Бронювання автобусних турів

1. Вибрати автобусний тур у системі або на сайті туроператора.
2. Проаналізувати маршрут, дати виїзду, ціни та умови оплати.
3. Підготувати короткий опис туру і зробити висновок щодо зручності бронювання.

Тема 6. Бронювання пакетних турів

1. Знайти пакетний тур (авіапереліт + проживання + трансфер) у будь-якому онлайн-агрегаторі.
2. Перевірити наявність місць і загальну вартість.
3. Зробити короткий скрін-звіт та описати переваги пакетного туру.

Тема 7. Резервування додаткових послуг

1. Обрати напрямок туру та знайти додаткові послуги (екскурсії, трансфер, страховка).
2. Виконати симуляцію бронювання однієї з них через сайт або сервіс.
3. Створити коротку таблицю: *назва послуги — джерело бронювання — вартість*

Завдання для самостійної роботи студентів

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Презентація систем управління туристичним бізнесом	10
2.	Резервування транспортних перевезень	10
3.	Туроператори та їх роль у бронюванні турів	10
4.	Документальне оформлення бронювання турів	10
5.	Інформаційні системи резервування (міжнародні)	10
6.	Алгоритм роботи з CRM системами	10
Разом		**60**

Методи навчання

Система контролю та оцінювання

Під час викладання даної навчальної дисципліни використовуються такі методи навчання:

- ✓ словесні методи (лекція, розповідь, бесіда, консультація, дискусія, проблемна ситуація тощо),
- ✓ наочні методи (презентації, відеоматеріали, майстер-класи тощо),
- ✓ електронне та інтерактивне онлайн-навчання (мультимедійні, дистанційні),
- ✓ самостійна робота за програмою навчальної дисципліни.

зсобами оцінювання та демонстрування результатів є:

- стандартизовані тести;
- проекти (індивідуальні проекти; дослідницько-творчі та ін.);
- презентації результатів виконаних завдань;
- контрольні тестування;
- завдання на лабораторному обладнанні, реальних об'єктах тощо;
- ситуаційні завдання та їх вирішення у групах.

Форми поточного контролю:

- усна (відповідь студента під час заняття);
- захист презентації;
- письмова (тестування);

Форма підсумкового контролю: залік

Поточний контроль здійснюється під час практичних (лабораторних) занять і має на меті перевірку знань здобувачів вищої освіти з окремих тем шляхом виконання конкретних завдань (презентацій чи тематичних тестувань). Кількість передбачених балів за різні види робіт зазначені у силабусі, робочій програмі, в системі дистанційного навчання Moodle, куди за умови онлайн-навчання студенти завантажують роботи, і де здійснюється тестовий контроль, та оголошуються під час занять (або виставляються в Moodle). Самостійна робота враховується при складанні поточних і підсумкових тестів.

Тестові завдання розроблені до кожної теми і підсумкові (залік), покликані перевірити рівень засвоєння теоретичного матеріалу, здатності осмислити і відтворити зміст даної частини дисципліни.

Загалом весь матеріал поділений на два змістових модуля, які передбачають поступове накопичення балів упродовж семестру.

Критерії оцінювання поточного та підсумкового контролю

Відповідь оцінюється за 40 бальною шкалою.

Відповідь у 35-40 балів оцінюється, коли студент розуміє та може змістовно викласти основні теоретичні основи курсу «Туристичний агент», знає основні поняття, розуміє чим ініціативний туроператор відрізняється від рецептивного,може навести приклади, розуміє як правильно визначати потреби туриста, знати туристичні формальності.

Відповідь у 30-34 оцінюється, коли студент на базі сформованих знань дає розгорнуту відповідь про особливості ініціативного туроперейтингу, знає які є ініціативні туроператори на українському туристичному ринку, знає напрями їхньої діяльності, вміє здійснити пошук на сайтах туроператорів необхідних пропозицій, знає особливості турагентської діяльності та її відміни від туроператорської, розуміє як правильно формувати програми турів та розуміє як правильно просувати пропозиції туроператорів. Разом з тим, студент виявляє в процесі викладу недостатні знання про діяльність ініціативного туроператора з постачальниками послуг та не повністю розуміє організацію співпраці туроператора із туристичними агентами.

Відповідь у 25-29 балів оцінюється, коли студент лише перераховує основні теоретичні основи курсу «Туристичний агент», знає основні поняття туроперейтингу, розуміє різницю між ініціативними та рецептивними туроператорами, знає ініціативних туроператорів на українському туристичному ринку, вміє створювати програми турів, знає як визначати потреби туристів. Проте не знає, суть договорів між суб’єктами туристичної діяльності, не завжди може дати правильну відповідь про зміст договорів на туристичні послуги та туристичні ваучери, не знає види туроператорів за спеціалізацією.

Відповідь у 20-24 бали оцінюється, коли студент лише відтворює програмний мінімум курсу «Туристичний агент», але не встановлює причинно-наслідкових зв’язків, не розуміє основних закономірностей.

Відповідь у 15-19 балів оцінюється, коли студент коли частково відтворює програмний мінімум курсу «Туристичний агент». Не знає або частково знає про організацію співпраці туроператора із туристичними агентами, не знає про організацію туроператора із постачальниками послуг, не може навести приклади напрямів діяльності ініціативних туроператорів на українському туристичному ринку.

Відповідь у 10-14 балів оцінюється, коли студент може назвати лише основні поняття і терміни, але не вміє їх пояснити, не може навести приклади ініціативних туроператорів.

Відповідь у 5-9 оцінюється, коли студент не має елементарних знань з курсу «Туристичний агент», може тільки по ініціативний туроператор від рецептивного.

Критерії оцінювання за основними видами робіт –завантажити >>>

Розподіл балів, які отримують студенти

<table>
<tr><td colspan="10">Поточне тестування та самостійна робота</td><td>Підсумковий тест (екзамен)</td><td>Сума</td></tr>
<tr><td colspan="5">Змістовий модуль 1</td><td colspan="5">Змістовий модуль 2</td><td rowspan="3">40</td><td rowspan="3">100</td></tr>
<tr><td>Т1</td><td>Т2</td><td>Т3</td><td>Т4</td><td>Т5</td><td>Т6</td><td>Т7</td><td>Т8</td><td>Т9</td><td>Т10</td></tr>
<tr><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td></tr>
</table>

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

<table>
<tr><th rowspan="2">Оцінка за національною шкалою</th><th colspan="2">Оцінка за шкалою ЄКТС</th></tr>
<tr><th>Оцінка (бали)</th><th>Пояснення за розширеною шкалою</th></tr>
<tr><td rowspan="5">Зараховано</td><td>A (90-100)</td><td rowspan="5">Зараховано</td></tr>
<tr><td>B (80-89)</td></tr>
<tr><td>C (70-79)</td></tr>
<tr><td>D (60-69)</td></tr>
<tr><td>E (50-59)</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Незараховано</td><td>FX (35-49)</td><td>незараховано з можливістю повторного складання</td></tr>
<tr><td>F (1-34)</td><td>(незараховано) з обов’язковим самостійним опрацюванням освітнього компоненту до перескладання</td></tr>
</table>

Перелік питань для самоконтролю та підсумкового контролю навчальних досягнень студентів

Зарахування результатів неформальної освіти

Відповідно до «Порядку визнання у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти (протокол №16 від 25 листопада

2024 року)» (https://www.chnu.edu.ua/media/4g5fzssb/poriadok-vyznannia-rezultativ-navchannia-zdobutykh-shliakhom-neformalnoi-ta-abo-informalnoi-osvity.pdf) допускається зарахування навчальних елементів, а також отримання додаткових балів за результатами неформальної освіти:

– робота чи стажування за фахом, що підтверджується документом із підприємства та забезпечує набуття компетентностей, передбачених навчальною дисципліною;

– проходження безкоштовних навчальних тренінгів (вебінарів, семінарів), що проводяться на платформі Prometheus (https://prometheus.org.ua) та інших фахових платформах, за умови отримання безкоштовного сертифікату.

Результати зараховуються лише для відповідних тем лекційних і семінарських занять, практичних і лабораторних завдань даної навчальної дисципліни у кількості балів, що виділяються на цей навчальний елемент.

Література

1. CRM-системи стали найбільшим сегментом ринку в 2017 році. URL: https://news.finance.ua (дата звернення 09.01.2019).
2. Wrede M., Velamuri V.K., Dauth T. Top managers in the digital age: Exploring the role and practices of top managers in firms' digital. // Managerial and Decision Economics. – 2020. – Vol. 41. – no. 8. – P.1549-1567.
3. Білоцерківський О. Б. Вибір, впровадження та вдосконалення CRM-систем торгівельних підприємств: проблеми та шляхи вирішення. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPIPress/49718/1/Bilotserkivskyi_Vybir_vprovadzhennia_2020.pdf. (Дата звернення 15.11.2022 р.)
4. Бутенко Н.В. Впровадження концепції CRM на промисловому ринку. Економіка та держава. 2011. № 3. С. 40–42. 14. Ушакова І.О. Соціальні мережі, як засіб впливу на взаємовідносини з клієнтами. Системи обробки інформації. 2012. Вип. 8. С. 54–58.
5. Верескун М.В. Методи оцінки ефективності впровадження інформаційних систем на промислових підприємствах. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. 2015. Вип. 1(11). С. 21–26.
6. Ганущак-Єфіменко Л.М. CRM-система як ефективний інструмент розвитку готельного бізнесу в Україні. // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки. – 2017. – 4. – С. 51-56.

7. Ліщинська Л.Б. Основні аспекти автоматизації роботи з клієнтами засобами CRM-систем. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2015. № 5(1). С. 206–209.
8. Мозгова Г. В., Морозов А. О., Фомін О. Д. Використання CRM-систем на українському ринку: особливості та перспективи. Економіка та управління підприємствами. 2017. № 2. С. 89–93.
9. Поліщук І.І. CRM-система як основа формування споживчої лояльності / І. І. Поліщук // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2021. – № 3 (17). – С. 76-80.
10. Результати дослідження ринку CRM в Україні. URL: https://www.bitrix24.ua (дата звернення 10.01.2019).
11. Рибачук-Ярова Т.В., Марченко М.І. Теоретико-методичні засади використання CRM- системи на підприємствах. URL: http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/31910/1/CRM%20system.pdf. (Дата звернення 15.11.2022 р.)
12. Сьомкіна Т.В., Литвинова О.В., Лобань О.О. Особливості моделей функціонування агентських компаній в Україні. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2018. Вип. 19(3). С. 84–87.
13. Ткаченко Д. А. Особливості впровадження агентських систем в діяльність компанії: проблеми, ризики та секрети успіху. International Electronic Scientific Journal “Science Online”. 2017. № 12. С. 7–10.
14. Юрчук Н.П. CRM-системи особливості функціонування та аналіз українського ринку Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнарожні економічні відносини та світове господарство. 2019. С. 141–147.

ПОЛІТИКА АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні освітнього компонента регламентовано чинними документами ЧНУ:

- «Кодекс академічної доброчесності та етики Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича» https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/kodeks-akademichnoi-dobrochesnosti-ta-etyky-chernivetskoho-natsionalnoho-universytetu-imeni-yuriia-fedkovycha/;
- «Положення про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича» https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/polozhennia-pro-

vyiavlennia-ta-zapobihannia-akademichnomu-plahiatu-u-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yuriia-fedkovycha/;

- «Політика використання штучного інтелекту в Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича» https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/polityka-vykorystannia-shtuchnoho-intelektu-v-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yuriia-fedkovycha-zi-zminamy-zatverdzhenymy-vchenoiu-radoiu-chnu-imeni-yuriia-fedkovycha/

Використання здобувачами освіти інструментів штучного інтелекту (ШІ) під час виконання навчальних завдань:

- допускається за умови дотримання принципів академічної доброчесності (здобувач освіти несе відповідальність за зміст, достовірність і результати поданої роботи, а у разі використання ШІ зобов'язаний зазначити факт і спосіб його застосування);
- не допускається використання ШІ як заміни самостійного виконання завдань або з метою порушення вимог академічної доброчесності;
- додаткові обмеження чи вимоги щодо використання ШІ можуть визначатися викладачем в освітньому процесі для конкретних видів навчальної діяльності відповідно до особливостей освітнього компоненту.