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

CRM, БРОНЮВАННЯ ТА РЕЗЕРВУВАННЯ У МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ
(вкажіть назву навчальної дисципліни (іноземною, якщо дисципліна викладається іноземною мовою))

обов’язкова
(вказати: обов’язкова)

Освітньо-професійна програма *Міжнародний туризм і туроперейтинг*
(назва програми)

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

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

Рівень вищої освіти другий *(магістерський)*
(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 **CRM, бронювання та резервування у міжнародному туризмі** складена відповідно до освітньої програми «Міжнародний туризм і туроперейтинг».

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.

Пререквізити. Ефективність засвоєння курсу підвищує попереднє вивчення таких навчальних дисциплін: «Маркетингові комунікації в туризмі», «Менеджмент туристичних дестинацій», «Ініціативний туроперейтинг».

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 *CRM, бронювання та резервування у міжнародному туризмі*													
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	14	14	-	-	62	-	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 роботи з CRM системами						
Тема 1. Загальна характеристика та функціонал CRM систем	14	2		2		10
Тема 2. Особливості роботи з найбільш відомими CRM системами	14	2		2		10
Тема 3. Туристичні сканери: застосування у турагентській діяльності	14	2		2		10
Модуль-контроль	2	1		1		
Змістовий модуль 2. Застосування CRM систем та туристичних сканерів у практиці турагентської діяльності						
Тема 4. Застосування та функціонал системи IT tour	14	2		2		10
Тема 5. Бронювання турів на сайтах туристичних операторів	14	2		2		10
Тема 6. Резервування додаткових складових туристичного пакету	16	2		2		12
Модуль-контроль	2	1		1		
Усього годин:	**90**	**14**	**-**	**14**	**-**	**62**

Тематика лекційних занять з переліком питань

№ з/п	Назва теми
1.	**Загальна характеристика та функціонал CRM-систем** 1. Поняття CRM-системи та її роль у туристичному бізнесі. 2. Основні функції та структура CRM: управління клієнтами, продажами, маркетингом. 3. Переваги використання CRM-систем у діяльності туроператорів і турагентів.
2.	**Тема 2. Особливості роботи з найбільш відомими CRM-системами** 1. Класифікація CRM-систем та їх види (локальні, хмарні,

	комбіновані). 2. Характеристика найпоширеніших CRM: Bitrix24, AmoCRM, HubSpot, Salesforce, Zoho CRM. 3. Критерії вибору CRM-системи для туристичного підприємства та приклади практичного використання.
3.	**Тема 3. Туристичні сканери: застосування у турагентській діяльності** 1. Поняття туристичного сканера, його призначення та принцип роботи. 2. Огляд популярних туристичних сканерів: Hotline.travel, SPO.Tours, TourIndex, Travelata. 3. Використання туристичних сканерів у щоденній роботі турагента та їх взаємодія з CRM-системами.
4.	**Тема 4. Застосування та функціонал системи IT-Tour** 1. Призначення та структура системи IT-Tour у роботі турагента. 2. Основні функції IT-Tour: пошук, бронювання, фільтрація та перевірка наявності турів. 3. Переваги використання IT-Tour: інтеграція з туроператорами, автоматизація процесів, зручність у роботі.
5.	**Тема 5. Бронювання турів на сайтах туристичних операторів** 1. Особливості роботи офіційних сайтів туроператорів та алгоритм бронювання турів. 2. Основні етапи оформлення заявки: вибір туру, перевірка наявності, підтвердження та оплата. 3. Переваги й недоліки бронювання безпосередньо на сайтах туроператорів порівняно з агрегаторами та CRM-системами.
6.	**Тема 6. Резервування додаткових складових туристичного пакету** 1. Додаткові послуги у турпакеті: трансфер, страхування, екскурсії, оренда авто, квитки тощо. 2. Технологія резервування додаткових послуг у системах бронювання та через партнерів. 3. Роль додаткових складових у підвищенні якості обслуговування та прибутковості турагентства.

Тематика практичних занять з переліком завдань

Тема 1. IT-Tour: особливості роботи

1. Увійти в систему IT-Tour (навчальний або демонстраційний доступ).
2. Виконати пошук туру за заданими параметрами (країна, дати, кількість туристів).
3. Підготувати короткий звіт: які функції системи найзручніші для роботи турагента.

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	12
Разом		**62**

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 «Ініціативний туроперейтинг», 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 «Ініціативний туроперейтинг», 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 «Ініціативний туроперейтинг», 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 «Ініціативний туроперейтинг». 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 «Ініціативний туроперейтинг», 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

Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	
	Оцінка (бали)	**Пояснення за розширеною шкалою**
Зараховано	A (90-100)	Зараховано
	B (80-89)	
	C (70-79)	
	D (60-69)	
	E (50-59)	
Незараховано	FX (35-49)	незараховано з можливістю повторного складання
	F (1-34)	(незараховано) з обов'язковим самостійним опрацюванням освітнього компоненту до перескладання

Перелік питань для самоконтролю та підсумкового контролю навчальних досягнень студентів

1. Охарактеризуйте сутність CRM-системи та її призначення у туристичному бізнесі.
2. Охарактеризуйте основні етапи впровадження CRM у діяльність туристичного підприємства.
3. Охарактеризуйте види CRM-систем (операційні, аналітичні, колаборативні).
4. Охарактеризуйте основні функції CRM-систем у сфері туризму.
5. Охарактеризуйте переваги використання CRM для управління взаєминами з клієнтами.
6. Охарактеризуйте можливості CRM у контролі продажів і обслуговування туристів.
7. Охарактеризуйте типову структуру бази даних у CRM-системі турагента.
8. Охарактеризуйте роль CRM у формуванні лояльності клієнтів туристичної компанії.
9. Охарактеризуйте взаємодію CRM із системами бронювання та зовнішніми сервісами.
10. Охарактеризуйте приклади використання CRM-систем (Bitrix24, AmoCRM, HubSpot) у туризмі.

11. Поясніть поняття «бронювання» та його значення у міжнародному туризмі.
12. Поясніть різницю між бронюванням і резервуванням туристичних послуг.
13. Поясніть етапи процесу бронювання турів на сайтах туроператорів.
14. Поясніть особливості бронювання автобусних турів.
15. Поясніть процедуру бронювання авіаквитків у міжнародному туризмі.
16. Поясніть особливості бронювання готелів через глобальні системи резервування (GDS).
17. Поясніть роль системи IT-Tour у роботі турагента.
18. Поясніть принцип роботи системи «Мої туристи» у контексті клієнтського менеджменту.
19. Поясніть відмінності між бронюванням пакетних і індивідуальних турів.
20. Поясніть переваги онлайн-бронювання для туристів і агентів.
21. Охарактеризуйте процес резервування додаткових послуг у складі туристичного пакету.
22. Охарактеризуйте види додаткових послуг, що можуть бути зарезервовані туристом.
23. Охарактеризуйте технологію інтеграції додаткових сервісів у CRM або IT-систему турагента.
24. Охарактеризуйте роль страхування, трансферів і екскурсій у комплексному туристичному продукті.
25. Охарактеризуйте порядок взаємодії турагента з постачальниками під час резервування послуг.
26. Поясніть, як здійснюється підтвердження бронювання та оплата туру в міжнародних системах.
27. Поясніть, як CRM-система допомагає відстежувати статус бронювання й платежів.
28. Поясніть основні ризики, пов’язані з бронюванням і резервуванням у міжнародному туризмі.
29. Поясніть, як використання CRM і систем бронювання підвищує якість обслуговування туристів.
30. Поясніть перспективи розвитку технологій CRM і онлайн-бронювання у світовій туристичній індустрії.

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 ІТ-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 CRM-системи 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.