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

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

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
Економіка і ціноутворення в туризмі
(вкажіть назву навчальної дисципліни (іноземною, якщо дисципліна викладається іноземною мовою))

обов’язкова
(вказати: обов’язкова чи вибіркова)

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

Спеціальність *242 "Туризм і рекреація"*
(вказати: код, назва)

Галузь знань *24 "Сфера обслуговування"*
(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 **Економіка і ціноутворення в туризмі** складена відповідно до освітньо-професійної програми «Міжнародний туризм».

Розробник: доц. ***Іванунік Віталій Олександрович***, доцент кафедри географії та менеджменту туризму, к.геогр.н.

Викладач: доц. ***Іванунік Віталій Олександрович***, доцент кафедри географії та менеджменту туризму, к.геогр.н.

Погоджено
з гарантом ОП «Міжнародний туризм» _____ Тетяна СКУТАР

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 формуванні та розвитку професійних компетентностей фахівців для здійснення ефективної діяльності в сфері вивчення та освоєння принципів формування цін на туристичний продукт, впливом на ціни різних чинників, а також методами встановлення цін. Метою викладання навчальної дисципліни "Економіка і ціноутворення в галузі туризму" є ознайомлення майбутніх бакалаврів-туристів з основним теоретичними і практичними положеннями утворення цін в туризмі під час практичної фахової діяльності, показати роль знань про формування цін на розвиток туристичного бізнесу, сформувати уявлення про основні методи формування цін в туризмі.

Пререквізити. Бухгалтерський облік, Економіка підприємства, Фінанси підприємства, Макетинг, Менеджмент.

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

- ФК8. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем.
- ФК16. Здатність працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу.
- ФК20. Здатність до формування цін в міжнародному туризмі на основі прибутковості за умов конкурентного середовища та розрахунків за валютними операціями; працювати за умов глобалізації та особливостей фіскальної державної політики в галузі міжнародного туризму.

Програмні результати навчання:

- ПР8. Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися.
- ПР10. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна).
- ПР37. Знати основні чинники ціноутворення та складові ціни туристичного продукт у міжнародному туризмі; вміти розраховувати вартість туру, проводити моніторинг цін на ринку туристичних послуг, враховувати цінові ризики при визначенні цін в міжнародному туризмі.

Опис навчальної дисципліни
Загальна інформація

Назва навчальної дисципліни *Економіка і ціноутворення в туризмі*												
Форма навчання	**Рік підготовки**	**Семестр**	**Кількість**			**Кількість годин**						**Вид підсумкового контролю**
			кредитів	**годин**	**змістових модулів**	**лекції**	**практичні**	**семінарські**	**лабораторні**	**самостійна робота**	**індивідуальні завдання**	
Денна	3	5	5	150	2	30	30	-	-	90	-	іспит

Дидактична карта навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		Л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1. Соціально-економічна сутність ціни												
Тема 1. Соціально-економічна сутність ціни	14	2	5	-	-	7						
Тема 2. Туристичний продукт як об‘єкт ціноутворення	9	2	-	-	-	7						
Тема 3. Попит і пропозиція туристичного продукту як основа формування цін	9	2	-	-	-	7						
Тема 4. Конкуренція та її види. Особливості формування цін за умов конкуренції	13	2	5	-	-	6						
Тема 5. Маркетингова діяльність туристичних підприємств та формування цін	8	2	-	-	-	6						
Тема 6. Формування цін на різних типах ринку	13	2	5	-	-	6						
Тема 7. Процеси глобалізації та їх вплив на формування цін в міжнародному туризмі	8	2	-			6						
Разом за змістовим модулем 1	74	14	15	-	-	45						
Змістовий модуль 2. Особливості та методи формування цін в туризмі												
Тема 8. Методи визначення цін	16	4	5			7						
Тема 9. Особливості формування цін в	9	2	-			7						

міжнародному туризмі												
Тема 10. Фінансово-кредитна політика та її вплив на формування цін в міжнародному туризмі	9	2	-			7						
Тема 11. Податки і соціальні платежі як чинник формування цін в міжнародному туризмі	13	2	5			6						
Тема 12. Цінові ризики та їхній вплив на формування цін в міжнародному туризмі	8	2	-			6						
Тема 13. Інфляційні процеси та їх вплив на ціни в міжнародному туризмі	13	2	5			6						
Тема 14. Вплив держави на формування цін в міжнародному туризмі	8	2	-			6						
Разом за змістовим модулем 2	76	16	15			45						
Усього годин	150	30	30			90						

Тематика лекційних занять із переліком питань

№	Назва теми з основними питаннями
1	**Лекція 1 Соціально-економічна сутність ціни** 1. Об'єкт і предмет курсу, його основні завдання. 2. Ціна, як соціально-економічна категорія. 3. Теоретико-методологічні концепції ціни та цінової політики. 4. Функції цін та ціноутворення. 5. Вплив ціни на діяльність туристичних підприємств
2	**Тема 2. Туристичний продукт як об'єкт ціноутворення** 1. Соціально-економічна сутність туристичного продукту та його структура. 2. Структура ціни туристичного продукту **3.** Вплив ціни на діяльність туристичного підприємства.
3	**Тема 3. Попит і пропозиція туристичного продукту як основа формування цін** 3.1. Поняття про попит і пропозицію. 3.2. Поняття про рівноважну ціну. Її зміна залежно від взаємодії попиту і пропозиції. 3.3. Поняття про корисність туристичного продукту. 3.4. Пряма і перехресна еластичність попиту за ціною. 3.5. Еластичність попиту за прибутком і чинники, що її визначають.
4	**Тема 4. Конкуренція та її види. Особливості формування цін за умов конкуренції** 4.1. Соціально-економічна сутність ринкової конкуренції. Її функції. 4.2. Основні фори ринкової конкуренції. 4.3. Методи ціноутворення при врахуванні цін конкурентів. 4.4. Види цін, орієнтовані на конкурентів.
5	**Тема 5. Маркетингова діяльність туристичних підприємств та формування цін** 5.1. Маркетингова діяльність туристичного підприємства та її вплив на формування ціни. 5.2. Маркетингові стратегії формування цін.

	5.3. Стратегія знижок, дискримінаційні ціни**.**
6	**Тема 6. Формування цін на різних типах ринку** 6.1. Особливості та принципи ціноутворення в туризмі. 6.2. Цінова політика туристичного підприємства. 6.3. Чинники, що впливають на формування цін у туристичній сфері. 6.4. Класифікація цін.
7	**Тема 7. Процеси глобалізації та їх вплив на формування цін в міжнародному туризмі** 7.1. Глобалізація як чинник формування цін. 7.2. Вплив процесів глобалізації на процеси формування цін в міжнародному туризмі. 7.3. Міжнародні корпорації в туризмі та їх вплив на розвиток туризму.
8	**Тема 8. Методи визначення цін** 8.1. Система методів ціноутворення. 8.2. Параметричні методи ціноутворення і метод статистичних ігор 8.3. Основи практичного ціноутворення.
9	**Тема 9. Особливості формування цін в міжнародному туризмі** 9.1. Міжнародний туризм як соціально-економічне явище. 9.2. Особливості формування ціни в міжнародному туризмі.
10	**Тема 10. Фінансово-кредитна політика та її вплив на формування цін в міжнародному туризмі** 10.1. Соціально-економічна сутність фінансово-кредитної політики та її вплив на формування цін. 10.2. Фінансово-кредитна політика туристичного підприємства та її вплив формування цін на туристичний продукт. 10.3. Вплив фінансово-кредитних відносин на формування цін в міжнародному туризмі.
11	**Тема 11. Податки і соціальні платежі як чинник формування цін в міжнародному туризмі** 11.1. Соціально-економічна сутність податків та соціальних платежів. 11.2. Основні види податків і соціальних платежів та особливості їх адміністрування. 11.3. Вплив податків і соціальних платежів на формування цін в міжнародному туризмі.
12	**Тема 12. Цінові ризики та їхній вплив на формування цін в міжнародному туризмі** 12.1. Сутність цінового ризику та його функції. 12.2. Чинники і причини виникнення цінових ризиків. 12.3. Методи визначення цінового ризику. 12.4. Напрями зниження рівня цінового ризику.
13	**Тема 13. Інфляційні процеси та їх вплив на ціни в міжнародному туризмі** 13.1. Соціально-економічна сутність інфляції. Методи визначення темпів інфляції. 13.2. Основні причини інфляції та її види. 13.3. Антиінфляційна політика держави.
14	**Тема 14. Вплив держави на формування цін в міжнародному туризмі** 14.1. Держава та її вплив на формування цін. 14.2. Методи державного регулювання цін в туризмі. 14.3. Вплив держави на формування цін в міжнародному туризмі.

Теми практичних (семінарських) занять

№	Назва теми
1.	**Практичне заняття:** Вплив економічного середовища на формування цін на туристичному підприємстві. Завдання: Обрахунок та визначення основних економічних показників Результати: Розв'язок типової ситуаційної задачі
2.	**Практичне заняття:** Характеристика конкурентного середовища, яке контролюється ринком, виробником та урядом Завдання: Визначення основних макроекономічних показників Результати: Розв'язок типової ситуаційної задачі
3.	**Практичне заняття:** Маркетингова діяльність туристичного підприємства та її вплив на формування ціни. Завдання: Обрахунок та визначення основних економічних показників Результати: Розв'язок типової ситуаційної задачі
4.	**Практичне заняття:** Особливості формування цін на туристичний продукт із врахуванням витрат та стану ринку. Завдання: Обрахунок та визначення основних економічних показників Результати: Розв'язок типової ситуаційної задачі
5.	**Практичне заняття:** Розкрийте соціально-економічну сутність чинників, що впливають на формування цін в туристичній сфері Завдання: Визначення паритет цін на споживчі товари Результати: Розв'язок типової ситуаційної задачі
6.	**Практичне заняття:** Основні фактори які визначають маркетингову політику туристичного підприємства Завдання: Обрахунок та визначення рентабельності проектів Результати: Розв'язок типової ситуаційної задачі

Зміст завдань для самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Завдання для самостійної Роботи	Кількість годин
1	Вплив та роль цін на туристичну діяльність	Розуміти вплив та роль цін на туристичну діяльність Знати ціни на основну туристичну діяльність	7
2.	Туристичний продукт як об'єкт ціноутворення	Розуміти суть туристичного продукту як об'єкт ціноутворення Знати основні поняття	7
3.	Особливості цінової політики на окремих етапах життєвого циклу товару	Володіти особливостями цінової політики на окремих етапах життєвого циклу товару	7
4.	Основні чинники що впливають на попит в туризмі	Ознайомитись та знати основні чинники що впливають на попит в туризмі	6
5.	Розкрийте сутність рівноважної ціни на ринку туристичних послуг.	Визначити сутність рівноважної ціни на ринку туристичних послуг	6
6.	Конкуренція та її види. Особливості формування цін за умов конкуренції	Розуміти конкуренція та її види. Знати особливості формування цін за умов конкуренції	6
7.	Маркетингова діяльність	Вміти формувати маркетингову	6

	туристичних підприємств та формування цін	діяльність туристичних підприємств та формування цін	
8.	Формування цін на різних типах ринку	Розуміти формування цін на різних типах ринку	7
9.	Основні етапи формування цін із врахуванням витрат та стану ринку	Знати основні етапи формування цін із врахуванням витрат та стану ринку	7
10.	Оцінка цінового ризику	Визначати та порівнювати оцінку цінового ризику	7
11.	Інфляційні процеси та їх вплив на ціни	Розуміти інфляційні процеси та їх вплив на ціни	6
12.	Вплив держави на формування цін в туризмі	Розуміти вплив держави на формування цін в туризмі	6
13.	Нормативно-правове регулювання цін	Ознайомитись з нормативно-правовим регулювання цін	6
14.	Прямі методи регулювання цін	Знати про прямі методи регулювання цін	6
	ВСЬОГО		**90**

*Питання, винесені на самостійне опрацювання, включені до тематичного і підсумкового тестового контролю.

Методи навчання

Під час викладання даної навчальної дисципліни використовуються такі методи навчання:

- лекція, аналіз, пояснення, проблемна ситуація, консультація;
- практичні задачі (розрахункові, ситуаційні);
- дослідна робота та метод проекту;
- презентації, відеоматеріали;
- електронне та інтерактивне онлайн-навчання (Moodle, Google Meet);
- самостійна робота за програмою навчальної дисципліни.

Система контролю та оцінювання

Засобами оцінювання та демонстрування результатів є:

- стандартизовані тести;
- контрольні тести;
- усне опитування;
- розв’язування ситуаційних задач.

Форми поточного і підсумкового контролю та оцінювання

Форми поточного контролю:

- усна (відповідь студента по теорії щодо виконання практичних завдань);
- захист і презентації результатів виконаних практичних завдань;
- письмова (тестування);

Форма підсумкового контролю: іспит (тестування).

Поточний контроль здійснюється під час практичних занять і має на меті перевірку знань здобувачів вищої освіти з окремих тем шляхом виконання

конкретних завдань (індивідуальні проекти; дослідницько-творчі роботи, презентації, розрахункові завдання). Кількість передбачених балів за різні види робіт також зазначені у силабусі та в системі дистанційного навчання Moodle, куди студенти можуть завантажувати роботи, і де здійснюється тестовий контроль. Результати оголошуються під час занять та/або виставляються в Moodle. Самостійна робота враховується при складанні поточних і підсумкових тестів та усних відповідях на семінарах, під час захистів практичних і лабораторних робіт.

Тестові завдання розроблені до кожної теми (змістового модуля). Підсумкові тести та білети (іспит/залік) покликані перевірити рівень засвоєння теоретичного матеріалу, здатності осмислити і відтворити зміст даної частини дисципліни.

Критерії оцінювання результатів навчання з навчальної дисципліни

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання навчальної дисципліни.

Мінімальний пороговий рівень оцінки варто визначати за допомогою якісних критеріїв і трансформувати його в мінімальну позитивну оцінку використовуваної числової (рейтингової) шкали).

Критерії оцінювання за основними видами робіт – завантажити >>>

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування та практична робота				Підсумковий тест (теор.)	Сума
Модуль №1		Модуль №2			
Теоретичний	Практичний	Практичний	Практичний		
15	15	15	15	40	100

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Оцінка за національною шкалою	**Оцінка за шкалою ЄКТС**	
	Оцінка (бали)	**Пояснення за розширеною шкалою**
Відмінно	A (90-100)	відмінно
Добре	B (80-89)	дуже добре
	C (70-79)	добре
Задовільно	D (60-69)	задовільно
	E (50-59)	достатньо
Незадовільно	FX (35-49)	незадовільно з можливістю повторного складання
	F (1-34)	(незадовільно) з обов'язковим самостійним опрацюванням освітнього компоненту до перескладання

Перелік питань для самоконтролю та підсумкового контролю навчальних досягнень студентів

1. Соціально-економічна сутність об'єкту і предмету курсу.
2. Основні завдання курсу „Економіка і ціноутворення в туризмі" для підготовки фахівців із туризму.
3. Ціна, як соціально-економічна категорія.
4. Роль цін, у розвитку туристичного бізнесу.
5. Функції цін та ціноутворення для підвищення ефективності туристичного бізнесу.
6. Вплив ціни на діяльність туристичних підприємств.
7. Соціально-економічна сутність туристичного продукту та його структура.
8. Структура ціни туристичного продукту.
9. Вплив ціни на діяльність туристичного підприємства.
10. Вплив економічного середовища на формування цін на туристичному підприємстві.
11. Особливості формування цін в туризмі.
12. Сутність принципів принципи ціноутворення в туризмі.
13. Основні принципи формування ціни в туризмі.
14. Соціально-економічна сутність цінової політики туристичного підприємства.
15. Основні цілі цінової політики туристичного підприємства:
16. Розкрийте соціально-економічну сутність чинників, що впливають на формування цін в туристичній сфері.
17. Соціально-економічна сутність класифікації цін та її основні критерії.
18. Класифікація цін за сферами товарного обслуговування.
19. Класифікація цін за способом відображення транспортних витрат в ціні;
20. Класифікація цін за формою продажу.
21. Класифікація цін за стадіями продажу.
22. Класифікація цін за ступенем регулювання.
23. Класифікація цін за ступенем стійкості.
24. Розкрийте соціально-економічну сутність понять *„попит"* та *„пропозицію."*
25. Розкрийте основні чинники які впливають на попит в туризмі:
26. Розкрийте основні чинники які впливають на пропозицію туристичних послуг.
27. Розкрийте сутність рівноважної ціни на ринку туристичних послуг.
28. Зміна рівноважної ціни залежно від взаємодії попиту і пропозиції.
29. Поняття про дефіцит туристичного продукту;
30. Поняття про профіцит туристичного продукту.
31. Соціально-економічна сутність категорії „корисність туристичного продукту".
32. Пряма і перехресна еластичність попиту за ціною
33. Еластичність попиту за прибутком і чинники, що її визначають.
34. Соціально-економічна сутність ринкової конкуренції.
35. Функції ринкової конкуренції.
36. Функція збалансованості;
37. Функція погодження інтересів;
38. Функція зниження індивідуальних витрат;
39. Функція стимулювання якості туристичного продукту.
40. Внутрішньогалузева конкуренція.
41. Поняття про міжгалузеву конкуренцію та її особливості.

42. Міжнародна конкуренція, її суть та особливості в туризмі.
43. Основні фори ринкової конкуренції.
44. Методи ціноутворення при врахуванні цін конкурентів.
45. Види цін, які зорієнтовані на конкурентів.
46. Маркетингова діяльність тур. підприємства та її вплив на формування ціни.
47. Маркетингові стратегії формування цін.
48. Стратегія знижок, дискримінаційні ціни.
49. Глобалізація як чинник формування
50. Система методів ціноутворення.
53. Параметричні методи ціноутворення і метод статистичних ігор
54. Основи практичного ціноутворення.
55. Міжнародний туризм як соціально-економічне явище.
56. Особливості формування ціни в міжнародному туризмі.
57. Соціально-економічна сутність фінансово-кредитної політики та її вплив на формування цін.
58. Фінансово-кредитна політика туристичного підприємства та її вплив формування цін на туристичний продукт.
59. Вплив фінансово-кредитних відносин на формування цін в міжнародному туризмі.
60. Соціально-економічна сутність податків та соціальних платежів.
61. Основні види податків і соціальних платежів та особливості їх адміністрування.
62. Вплив податків і соціальних платежів на формування цін в міжнародному туризмі.
63. Сутність цінового ризику та його функції.
64. Чинники і причини виникнення цінових ризиків.
65. Методи визначення цінового ризику.
66. Напрями зниження рівня цінового ризику.
67. Оцінка ефективності цінової політики підприємства торгівлі з урахуванням факторів цінового ризику
68. Соціально-економічна сутність інфляції. Методи визначення темпів інфляції.
69. Основні причини інфляції та її види.
70. Антиінфляційна політика держави.
71. Держава та її вплив на формування цін.
72. Методи державного регулювання цін в туризмі.
73. Вплив держави на формування цін в міжнародному туризмі.

Визнання результатів здобутих шляхом 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.

Рекомендована література

1. Верхоглядова Н.І. Основи ціноутворення: Навчальний посібник / Н.І. Верхоглядова, С.Б. Ільїна, Н.А. Іванникова, Я.Я. Слабко, Ю.В. Лисенко. К.: Кондор, 2007. 252с.
2. Костащук В.І. Економіка і ціноутворення в галузі туризму : навч. посібник. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2012. 140 с.
3. Костащук В.І. Економіка і ціноутворення в галузі туризму : метод. вказівки до виконання практичних робіт. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2012. 80 с.
4. Кузнецова Н.М. Основи економіки готельного та ресторанного господарства: Навч. посібник. К., 2006. 174 с.
5. Кулішов В.В. Економіка підприємства: теорія і практика: Навч. посібник. К.: НікаЦентр, 2010. - 216 с.
6. Лігоненко Л.О. Управління грошовими коштами торговельного підприємства: Навч. посібник / Л.О.Лігоненко, Г.В.Ковальчук. К.: КДТЕУ, 2011. 156 с.
7. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу. - К.: ЦНЛ, 2012. -272 с.

Інформаційні ресурси

1. http://tourlib.net/
2. http://www.tourism.gov.ua/ua/
3. http://www.tourism-carpathian.com.ua/

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/
- «Положенням 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 дисципліни.