



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»



Інформаційні та digital-технології в туризмі та гостинності

Методичні вказівки
до практичних занять та організації самостійної роботи з дисципліни
«Інформаційні та digital-технології в туризмі та гостинності»
для студентів першого (бакалаврського) рівня освіти
спеціальності ІЗ «Туризм і рекреація»
освітньої програми ІЗ «Подорожі, туризм і рекреація»



Затверджено
РВР НТУ «ХПІ»
протокол № 1 від 19.02.2026 р.

Харків
НТУ «ХПІ»
2026

Методичні вказівки до практичних занять та організації самостійної роботи з дисципліни «Інформаційні та digital-технології в туризмі та гостинності» для студентів спеціальності ІЗ «Туризм і рекреація» першого (бакалаврського) рівня освіти усіх форм навчання / уклад. О. О. Носирєв, Т. Ю. Чайка, Н. В. Якименко-Терещенко. Харків: НТУ «ХП». 2026. – 68 с.

Укладачі: О. О. Носирєв
Т. Ю. Чайка
Н. В. Якименко-Терещенко

Рецензент: Н. М. Побережна

Кафедра туризму і готельно-ресторанного бізнесу

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
Практичне заняття 1. Інформаційні системи в туристичному бізнесі та цифровій трансформації.	6
Практичне заняття 2. Організація інформаційної бази туристичного підприємства та хмарні технології.....	11
Практичне заняття 3. Глобальні дистрибутивні системи та CRM у туризмі.	18
Практичне заняття 4. Оцінка та вибір інформаційних систем у туризмі.	22
Практичне заняття 5. Мережеві та геоінформаційні технології в туризмі.....	26
Практичне заняття 6. Інформаційні маркетингові та рекламні технології в туризмі. Бізнес-аналітика на основі Big Data.	30
Практичне заняття 7. Системи електронного бронювання та глобальні дистрибутивні системи.	36
Практичне заняття 8. Корпоративні інформаційні системи та CRM у туризмі.....	38
Практичне заняття 9. Інформаційні системи готельно-ресторанного бізнесу та AI.	41
Практичне заняття 10. Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR) у туризмі.	46
Практичне заняття 11. Технологія розподіленого реєстру та блокчейн у туризмі...50	50
Практичне заняття 12. Мобільні технології та додатки в туризмі.....	54
Практичне заняття 13. Цифровий маркетинг та аналітика у туристичному бізнесі.	57
Питання до самоперевірки та організації самостійної роботи здобувачів.....	61
Критерії оцінювання знань на практичних заняттях.....	65
Список рекомендованих джерел	66

ВСТУП

Навчальна дисципліна «Інформаційні та digital-технології в туризмі та гостинності» спрямована на набуття студентами загальних та фахових компетентностей та формування необхідного рівня теоретичних та практичних професійних знань з використання інформаційних та діджитал-технологій у професійній діяльності, набуття здобувачами практичних навичок із впровадження та застосування сучасних інформаційних та діджитал-технологій у діяльності підприємств індустрії туризму.

Метою навчальної дисципліни «Інформаційні та digital-технології в туризмі та гостинності» є формування у студентів системного уявлення про сучасні інформаційні та цифрові технології, що використовуються в галузі туризму та індустрії гостинності; розвиток навичок ефективного використання інформаційних технологій та digital-інструментів для управління туристичною діяльністю.

На практичних заняттях студенти закріплюють навички роботи з сучасними інформаційними та digital-технологіями, які застосовуються у туристичному бізнесі та індустрії гостинності. Вони виконують практичні завдання, що дозволяють проаналізувати інформаційні ресурси туристичних підприємств, організувати та вести бази даних клієнтів, турів, партнерів і бронювань, а також відпрацювати навички використання систем електронного бронювання, глобальних дистрибутивних систем (GDS) та корпоративних CRM-систем. Студенти навчаються працювати з інструментами для управління готелями та ресторанами, тестують можливості мобільних додатків, оцінюють цифрові маркетингові кампанії та створюють аналітичні звіти з використанням сучасних digital-сервісів. Крім того, здобувачі ознайомлюються з VR/AR-технологіями, AI-рішеннями, цифровими інструментами для персоналізації послуг та блокчейн-технологіями у сфері туризму.

При вивченні дисципліни «Інформаційні та digital-технології в туризмі та гостинності» використовуються основні програмні продукти та сервіси. Для закріплення практичних навичок бронювання та управління туристичними продуктами студенти працюють із Booking, Hotels24 та OnlineBistro, а також знайомляться з GDS-системами Amadeus та Galileo. Для управління взаємовідносинами з клієнтами застосовуються CRM-системи, зокрема Microsoft Dynamics CRM та українська KeyCRM. Для автоматизації роботи готелів використовуються Servio HMS, а для ознайомлення з ресторанним бізнесом – Poster POS. Студенти також працюють із Google Maps та Google Earth для планування маршрутів, використовують Office 365 або Google Workspace для роботи з документами, таблицями та спільними проектами, а для маркетингу та аналітики – Canva, інструменти соціальних мереж, Google Analytics, Google Data Studio і Tableau. Додатково розглядаються можливості VR/AR-технологій, AI-рішень та цифрових інструментів для персоналізації туристичних послуг.

Завдяки практичним заняттям студенти отримують реальний досвід роботи з цифровими інструментами, закріплюють навички організації інформаційних баз, бронювання та продажу турів, управління готелями і ресторанами, аналізу маркетингових кампаній та візуалізації даних. Здобувачі також мають змогу обирати аналогічні програмні продукти (за умов зручності або технічної сумісності з власними гаджетами) та працювати в них, що також розширює їхні професійні компетенції й дозволяє застосовувати знання в реальних умовах діяльності суб'єктів туристичної індустрії.

Практичне заняття 1. Інформаційні системи в туристичному бізнесі та цифровій трансформації.

Аналіз інформаційних ресурсів туристичних підприємств. Класифікація інформації: оперативна, довідкова, маркетингова, управлінська. Ознайомлення з програмними продуктами Booking, Hotels24, OnlineBistro, Office / Google Workspace. Аналіз кейсів туристичних компаній щодо оцифрування, діджиталізації та цифрової трансформації.

Мета заняття – ознайомитись із сучасними інформаційними системами та цифровими сервісами, що використовуються у туристичному бізнесі та сфері гостинності, сформувати навички аналізу інформаційних ресурсів туристичних підприємств і навчити застосовувати цифрові інструменти у практичній діяльності.

Методика практичного заняття

Ознайомитися з поняттям інформаційних систем у туризмі та їх роллю в управлінні туристичними підприємствами та закладами гостинності.

Проаналізувати інформаційні ресурси туристичних підприємств, визначити:

- які дані використовуються у діяльності підприємства;
- які сервіси застосовуються для бронювання, управління клієнтами та продажів;
- як інформація використовується для прийняття управлінських рішень.

Розглянути класифікацію інформації, що використовується в туризмі:

- оперативна інформація (бронювання, завантаженість, продажі);
- довідкова інформація (опис об'єктів, маршрути, послуги);
- маркетингова інформація (попит, реклама, відгуки);
- управлінська інформація (звітність, планування, аналітика).

Ознайомитися з роботою онлайн-платформ бронювання:

- дослідити інтерфейс та можливості сервісів *Booking*, *Hotels24* або аналогічних;
- визначити, які дані надаються користувачам;
- з'ясувати, як платформи допомагають туристичним підприємствам залучати клієнтів.

The screenshot displays the Hotels24.ua website interface. At the top, the logo 'Hotels24.ua' is visible with a language dropdown set to 'укр'. A phone number '067 510 1504' is shown for business clients. The main search area includes a location field set to 'Харків', a date selection field, and a guest count of '1 Adult: 2'. A search button labeled 'Знайти' is present.

Below the search bar, there are filters for 'Популярні фільтри' including 'Квартири', 'Апарт-готелі', 'Міні-готелі', 'Хостели', 'Сад ім. Шевченка', and 'Завод ім. Малишева'. A sorting section allows users to sort results by 'рекомендовані', 'спочатку дешеві', 'спочатку дорогі', 'оцінки гостей', and 'відстань до орієнтиру'.

The search results list several hotels:

- Готель Voyage**: Located in Kharkiv, Literaturnaya, 3. It has a rating of 9.2 (Wonderful) based on 19 reviews. The price starts at 1400 UAH per night for 2 adults. It is a verified hotel and a top hotel. Amenities include Wi-Fi, parking, and no prepayment required.
- Міні-готель Шерлок**: Located in Kharkiv, Slov'yan'ska, 8. It has a rating of 9.7 (Superb) based on 13 reviews. The price starts at 650 UAH per night for 2 adults. It is a verified hotel and a top hotel. Amenities include Wi-Fi, parking, and no prepayment required.
- Апарт-готель Апартamenti Левада**: Located in Kharkiv, Mochnanivskiy pravulyok, 31. It has a rating of 9.5 (Superb) based on 4 reviews. The price starts at 980 UAH per night for 2 adults. It is a verified hotel and a top hotel. Amenities include Wi-Fi, parking, and no prepayment required.

At the bottom, there is a section for 'Міста Харківської області:' listing 'Харків (101)' and 'Ізюм (1)'. The interface also includes a sidebar with filters for 'Орієнтир', 'Ціна (за ніч)', 'Харчування', and 'Умови в номерах'.

Інтерфейс платформи Hotels24 (<https://hotels24.ua/>)

Booking.com УАН Зареєструвати своє помешкання Ваш акаунт Genius 1-го рівня

Помешкання Переліт Оренда авто Дозвілля Таксі з/до аеропорту

Харків × вт, 1 вер. — ср, 2 вер. 1 дорослий · 0 дітей · 1 номер Шукати

Головна > Україна > Харківська область > Харків > Результати пошуку

Харків: знайдено 38 помешкань Список Таблиця

Відсортувати за: Рекомендуємо для індивідуальних мандрівників Готелі

На основі ваших фільтрів на нашому сайті недоступно 90% помешкань.

Будь ласка, перегляньте всі рекомендації для подорожей, надані вашим урядом, щоб прийняти обґрунтоване рішення щодо вашого перебування в цьому регіоні. Він може вважатися постраждалим від збройного конфлікту.

Міні-готель Тремпель Genius
Харків Показати на карті 2 км від центру · Поряд з метро

Чудово 9,0
212 відгуків
Розташування 9,4

Бюджетний одномісний номер
1 односпальне ліжко

1 ніч, 1 дорослий
UAH 540
Включає податки та збори

Безкоштовне скасування
Без передоплати – сплачуйте в помешканні
Залишився лише 1 номер за такою ціною

Показати наявні місця

Сортувати за такими критеріями:

Ваші попередні фільтри

Показувати лише доступні помешкання

Без передоплати 2

Безкоштовне скасування 37

Ваш бюджет (за ніч)

UAH 400 - UAH 3 000+

Інтерфейс платформи Booking (<https://www.booking.com/>)

airbnb Помешкання в районі, вибраному на карті Будь-який місяць 1 гість Фільтри Стати господарем

654 помешкання у межах ділянки карти Ціни охоплюють усі збори

Квартира у місті Kharkiv ★ 4,91 (11)
Parkoviy Kvarstal - пр. Героїв Харкова, 118
1 спальня · 1 доросльке ліжко
8 лог. · 8 бар.
#20 027 #10 088 за місяць

Квартира у місті Kharkiv ★ 4,68 (263)
Затишна квартира для романтичних вихідних.
1 спальня · 1 ліжко queen-size (завишки 150-179 см)
14 лог. · 14 бар.
#13 762 за місяць

Квартира у місті Kharkiv ★ 4,68 (263)
Затишна квартира для романтичних вихідних.
1 спальня · 1 ліжко queen-size (завишки 150-179 см)
14 лог. · 14 бар.
#13 762 за місяць

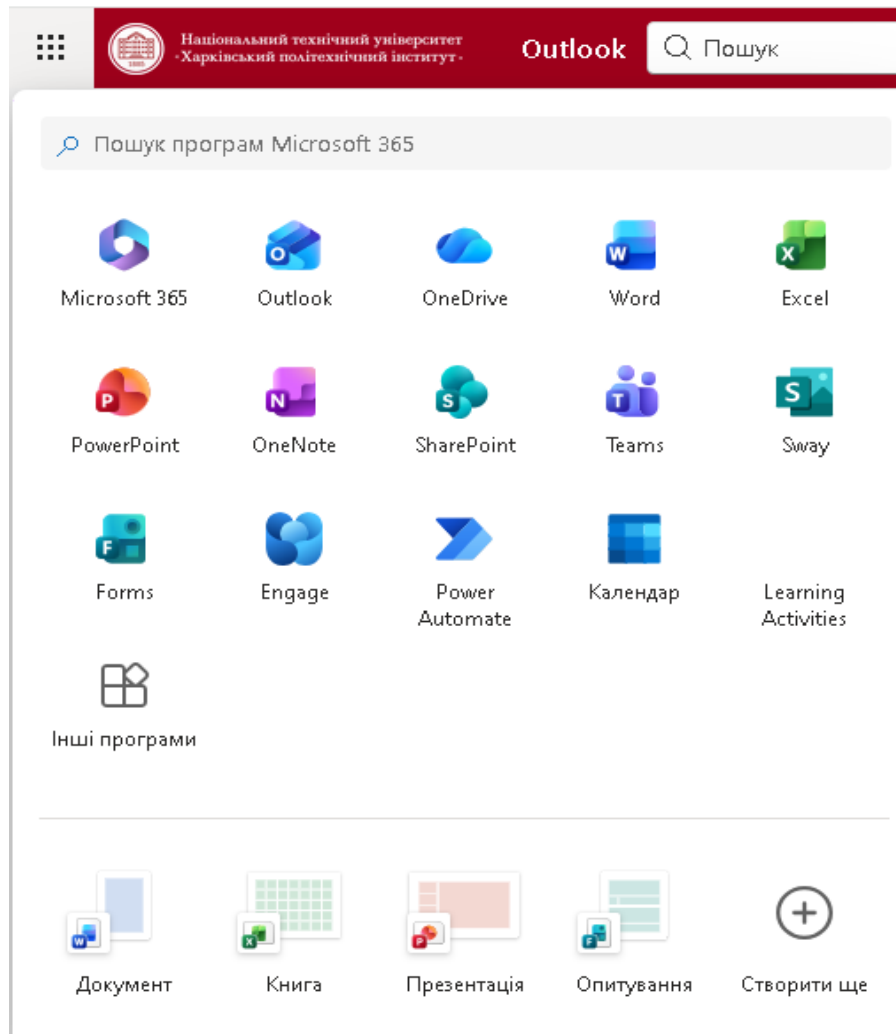
Інтерфейс платформи Airbnb (<https://www.airbnb.com.ua/>)

Ознайомитися з цифровими сервісами для управління бізнесом:

– розглянути можливості *Office 365* або *Google Workspace*;

– дослідити використання спільних документів, календарів, форм, таблиць у роботі туристичних компаній;

– запропонувати приклади застосування цих інструментів у роботі туристичної фірми.



Інтерфейс *Office 365* (<https://office.com/>)

Ознайомитися з прикладами спеціалізованих сервісів (наприклад, OnlineBistro або подібних систем) для управління закладами харчування та гостинності.

Проаналізувати приклади цифрової трансформації туристичних компаній, визначити:

– які процеси були переведені в цифровий формат;

- які переваги отримала компанія;
- які труднощі могли виникати під час впровадження.



Стартова сторінка сервісу OnlineBistro (<https://onlinebistro.com.ua>)

Запропонувати приклад цифрового рішення для умовної туристичної компанії або готелю (онлайн-бронювання, цифрове меню, чат-бот, онлайн-продаж турів тощо).

Підготувати короткий звіт з практичної роботи, у якому визначити роль цифрових технологій у сучасному туристичному бізнесі.

Контрольні питання

Яку роль відіграють інформаційні системи у діяльності туристичних підприємств та закладів гостинності?

Які види інформації використовуються у туристичному бізнесі та чим вони відрізняються?

Які можливості надають онлайн-платформи бронювання для туристичних підприємств і клієнтів?

У чому полягає цифрова трансформація туристичних компаній та які переваги вона надає бізнесу?

Практичне заняття 2. Організація інформаційної бази туристичного підприємства та хмарні технології.

Формування структури інформаційної бази (клієнти, тури, партнери, бронювання). Створення та ведення баз даних туристичної інформації з використанням табличних процесорів. Практичний аналіз можливостей хмарних сервісів для зберігання та обробки даних підприємства.

Мета заняття – ознайомитись із принципами формування інформаційної бази туристичного підприємства, набути практичних навичок створення та ведення баз даних за допомогою табличних процесорів, а також навчитися використовувати хмарні сервіси для зберігання й обробки інформації у сфері туризму та гостинності.

Методика практичного заняття

Робота з MS Excel. Побудова діаграм. Графік Парето. Умовне форматування. Сортування показників. Побудова картограм.

Інформаційні джерела:

1. Туристичний барометр України 2021-2022 рр.:

<https://nto.ua/assets/files/ntou-statistics-barometer-2021-2022.pdf>

2. Збірник Статистичний щорічник України 2022 рік.pdf

[https://stat.gov.ua/sites/default/files/2024-](https://stat.gov.ua/sites/default/files/2024-02/Збірник%20Статистичний%20щорічник%20України%202022%20рік.pdf)

[02/Збірник%20Статистичний%20щорічник%20України%202022%20рік.pdf](https://stat.gov.ua/sites/default/files/2024-02/Збірник%20Статистичний%20щорічник%20України%202022%20рік.pdf)

- 1.1. За статистичними даними згідно варіанту побудувати діаграми у вигляді:
 - кругової діаграми
 - гістограми (за графіком Паретто)

- графіку динаміки з лінією тренду, продовженої вперед на 3 періоди, з виводом математичного рівняння та коефіцієнту детермінації.

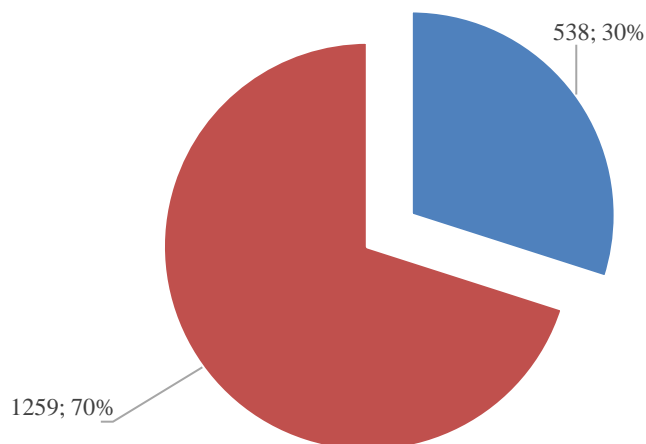


Рис. 1 - Структурне співвідношення кількості туропетарторів та турагентів юр.осіб, 2019 р., %

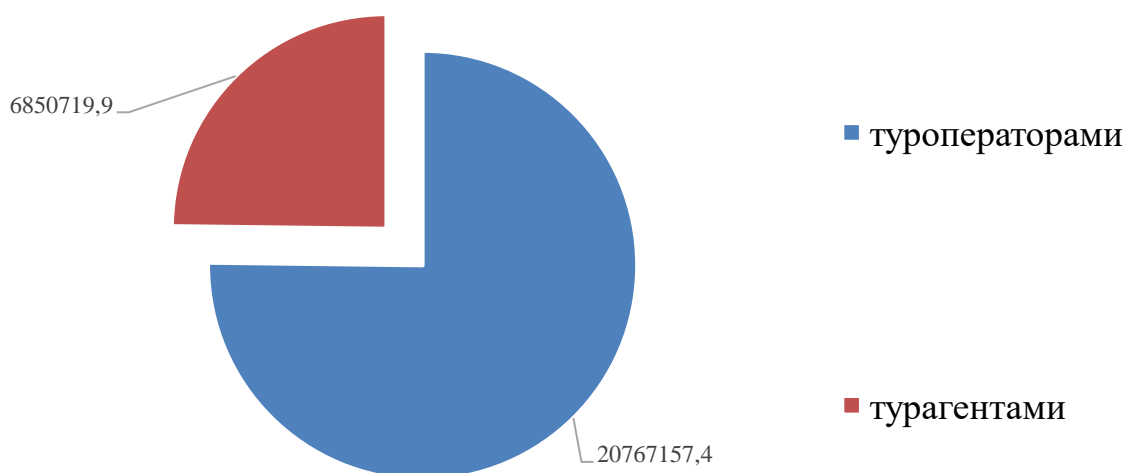


Рис. 2. - Вартість реалізованих туристичних пакетів (з урахуванням ПДВ), тис.грн

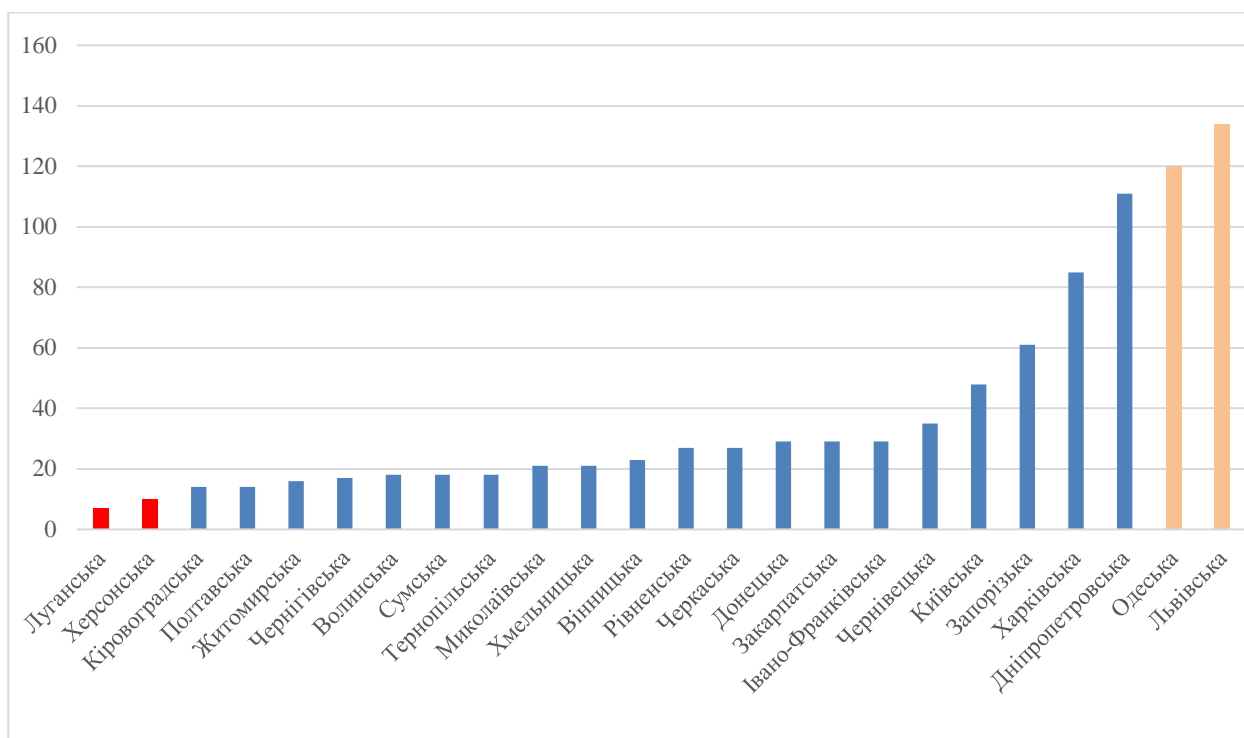


Рис. 3 – Діаграма Парето розподілу туроператорів та турагентів за регіонами України, 2019 р. (без врахування м. Київ та м. Севастополь)

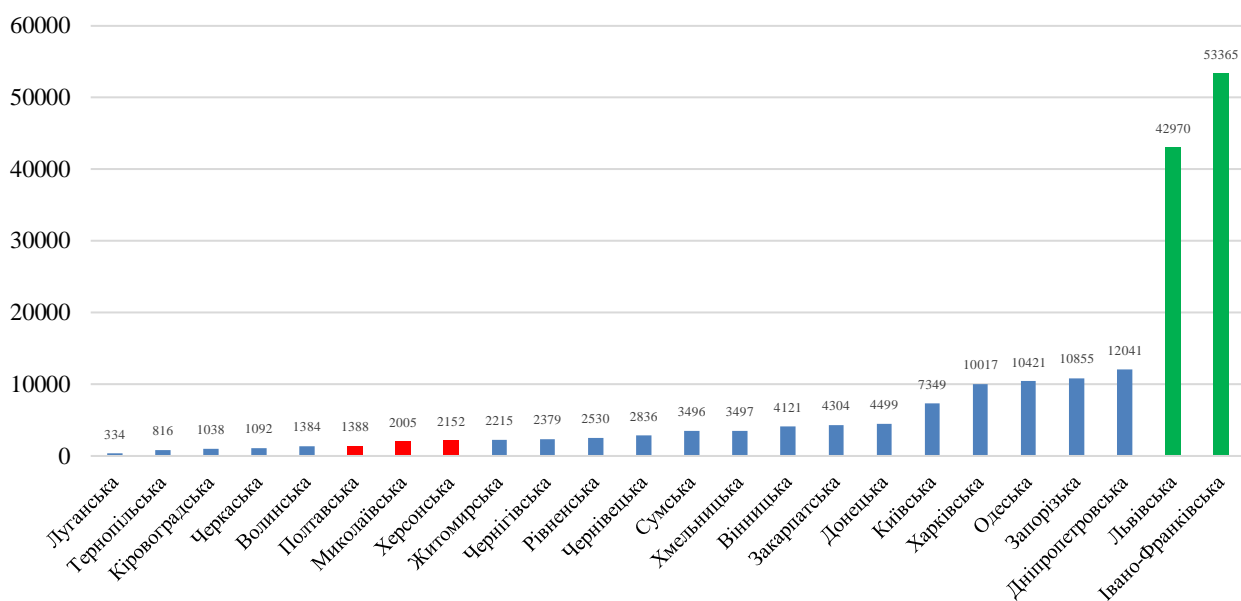


Рис. 4 – Кількість туристичних пакетів, реалізованих туроператорами та турагентами, у 2020 році за регіонами

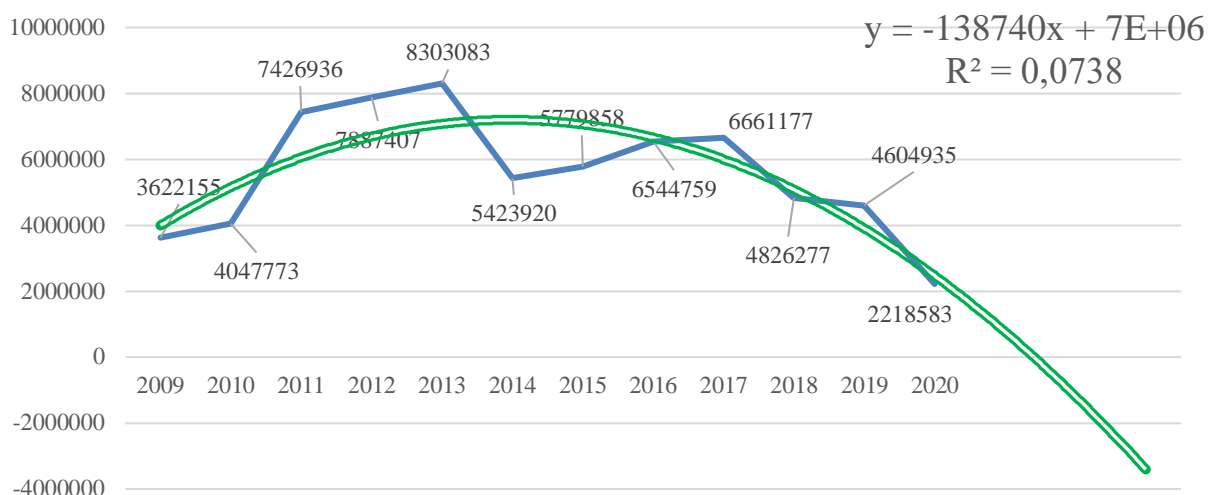


Рис. 5 – Графік динаміки кількості осіб, що зупинялись у кол.засобах розміщування, 2009-2020 рр.

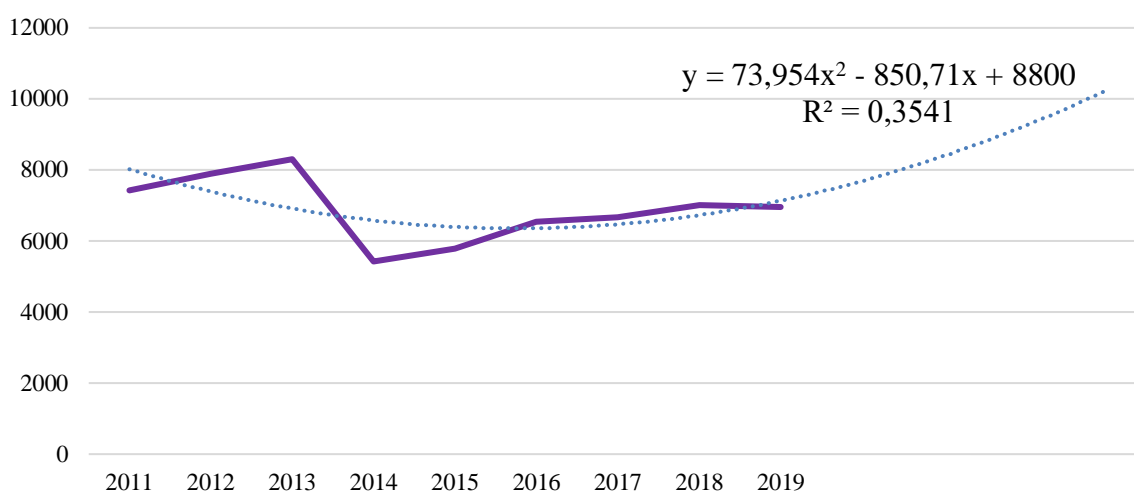


Рис. 6 – Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщування (з урахуванням діяльності фізичних осіб-підприємців), 2011-2019 рр., тис. осіб

1.2 Використовуючи умовне форматування, зробити заливку за кольоровими шкалами (зелений – найкращі значення показника, червоний – найгірші).

Вінницька	23	6	17	64	19
Волинська	18	4	14	71	13
Дніпропетровська	111	15	96	318	109
Донецька	29	3	26	65	26
Житомирська	16	3	13	50	16
Закарпатська	29	12	17	55	22

Запорізька	61	3	58	85	57
Івано-Франківська	29	8	21	88	25
Київська	48	6	42	175	47
Кіровоградська	14	–	14	54	13
Луганська	7	–	7	37	6
Львівська	134	61	73	225	97
Миколаївська	21	3	18	63	20
Одеська	120	13	107	141	92
Полтавська	14	–	14	136	14
Рівненська	27	3	24	80	28
Сумська	18	3	15	86	17
Тернопільська	18	7	11	67	14
Харківська	85	8	77	168	84
Херсонська	10	2	8	63	8
Хмельницька	21	2	19	57	18
Черкаська	27	7	20	83	20
Чернівецька	35	7	28	42	28
Чернігівська	17	1	16	40	18
м.Київ	865	361	504	331	750

Вінницька	3928,6	1956,5	1741,9
Волинська	2309,9	2076,9	290,7
Дніпропетровська	5519,0	3645,6	3634,8
Донецька	1482,8	1443,5	1443,5
Житомирська	234,0	148,9	148,9
Закарпатська	5763,1	5056,3	4895,6
Запорізька	426,2	197,7	74,1
Івано-Франківська	235824,7	182650,9	182650,9
Київська	39514,9	34506,0	34501,0
Кіровоградська	–	–	–
Луганська	–	–	–
Львівська	149464,5	85109,5	68951,2
Миколаївська	128,9	–	–
Одеська	13624,9	10868,3	10818,3
Полтавська	–	–	–
Рівненська	6993,4	3801,6	94,6
Сумська	–	–	–
Тернопільська	83,9	48,0	48,0
Харківська	14966,0	12295,0	1764,1
Херсонська	4630,6	2375,0	–
Хмельницька	362,4	–	–
Черкаська	803,7	87,6	18,0
Чернівецька	10863,3	10138,0	10138,0
Чернігівська	–	–	–

1.3 Відсортувати значення показників за стовпцем значення показника (зростання або зменшення).

1.4 Використовуючи сортування за значенням, за допомогою сайту <https://uamap.ukrzen.in.ua/#> побудувати картограму регіонального розподілу показника за регіонами України з розподілом на 5 кольорів. Будуємо за даними **останнього наявного року** статистичного показника.



Рис. 7 – Картохема витрат туроператорів на послуги сторонніх організацій, що включені до вартості туристичних пакетів, у 2020 році за регіонами

1.5. Нижче побудованої діаграми подати шкалу кольорів та таблицю зі вказанням регіону та значенням показника, розподілені за відповідними групами.

Усі діаграми перенести в документ word, зробити кожному рисунку або таблиці назву та додати короткий аналіз візуалізованих даних. Виконану роботу надіслати у телеграм (або на пошту) двома файлами: doc та xls.

Контрольні питання

Які основні складові входять до інформаційної бази туристичного підприємства?

Які можливості надають табличні процесори для ведення туристичних баз даних?

Які можливості MS Excel використовуються для аналізу та візуалізації статистичних даних у практичній роботі?

У чому полягає призначення кругової діаграми, гістограми (Парето) та графіка динаміки з лінією тренду?

Що таке графік Парето та як він допомагає визначити регіони з найбільшим внеском у показник?

Для чого застосовується умовне форматування та як воно допомагає інтерпретувати дані?

Яку роль відіграє сортування даних під час аналізу статистичних показників та побудови картограми?

Що таке картограма і які висновки можна зробити щодо регіонального розподілу туристичних показників на її основі?

Які переваги використання хмарних сервісів у роботі туристичних підприємств?

Які ризики можуть виникати під час зберігання даних у хмарних сервісах?

Практичне заняття 3. Глобальні дистрибутивні системи та CRM у туризмі.

Практична робота з демо-версіями GDS: Amadeus, Galileo. Налаштування системи бронювання для готелю та створення клієнтської бази CRM. Аналіз ланцюжка створення цінності туристичного продукту через цифрові технології.

Мета заняття – ознайомитись із принципами роботи глобальних дистрибутивних систем (GDS) та CRM-систем у туристичному бізнесі, навчитися налаштовувати систему бронювання для готелю, створювати клієнтську базу та аналізувати ланцюжок створення цінності туристичного продукту за допомогою цифрових технологій.

Методика практичного заняття

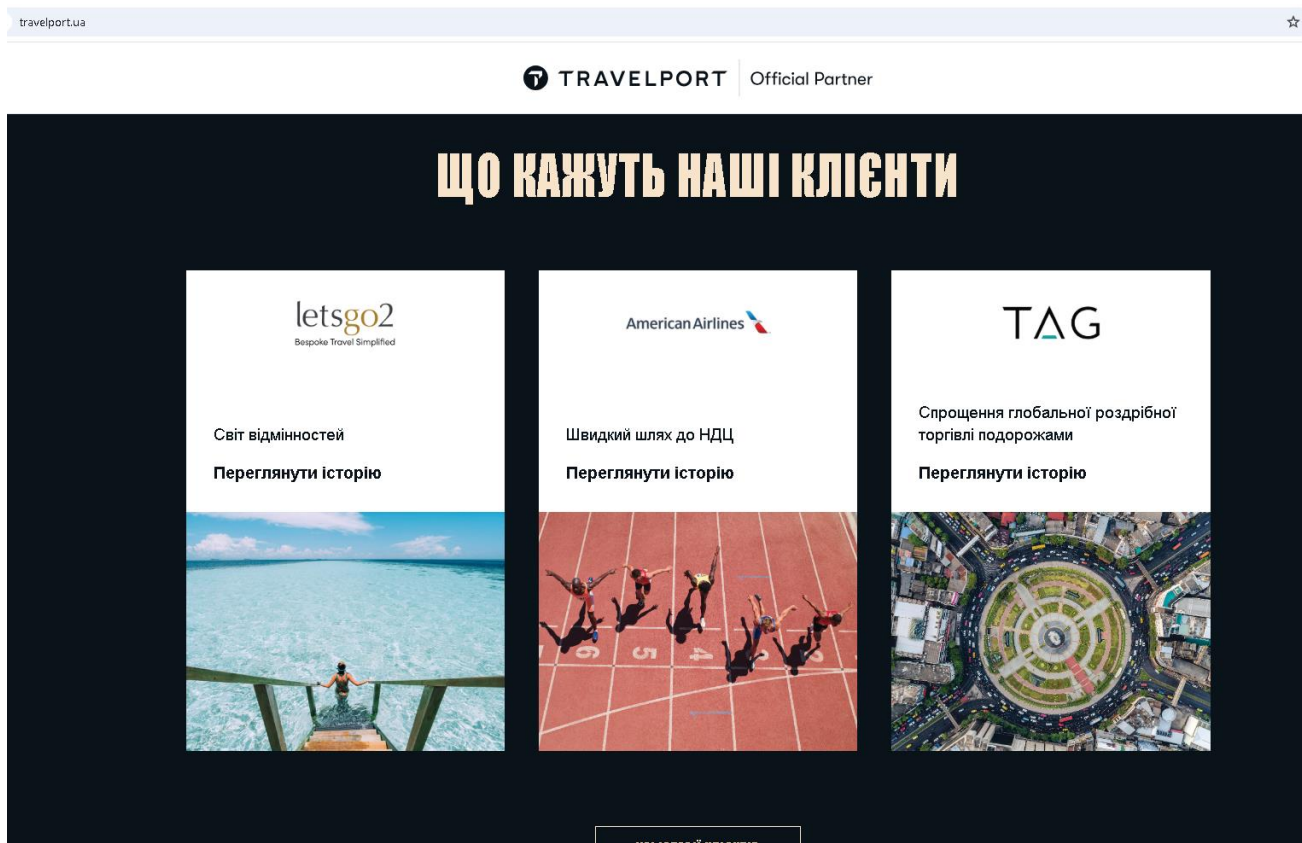
Ознайомитися з поняттям глобальних дистрибутивних систем (GDS) та їх роллю у туристичному бізнесі.

The screenshot shows the Amadeus Service Hub website. The main heading is "Amadeus Service Hub" with sub-navigation for "Support | Learning | Community". A central white box contains a login form for "IATA, туристичні школи, Navitaire і гості". The form includes a logo, a description, a link to log in, and input fields for "Ім'я користувача мережі екстранет" and "Пароль мережі екстранет". Below the form are buttons for "Увійти" and a link "> Забули пароль?". To the right, there are three sections: "Служба підтримки та база знань Amadeus" with a list of bullet points, "Amadeus Learning Universe" with a list of bullet points, and "Інтерактивна спільнота подорожей Amadeus" with a list of bullet points. At the bottom, it says "На платформі Amadeus Service Hub".

Веб-інтерфейс входу до GDS Amadeus (<https://servicehub.amadeus.com/uk/home>)

Дослідити основні функції GDS на прикладі демо-версій систем Amadeus та Galileo (<https://travelport.ua/>) :

- здійснити пошук доступних готелів, авіарейсів та турів;
- перевірити наявність тарифів і можливості бронювання;
- вивчити процес резервування послуг у системі.



Інтерфейс сторінки входу <https://travelport.ua/>

Налаштувати систему бронювання для умовного готелю:

- створити профіль готелю у демо-версії GDS;
- визначити категорії номерів та тарифи;
- встановити правила бронювання та доступності номерів.

Ознайомитися з CRM-системами для туристичних підприємств:

- створити клієнтську базу (контактні дані, історія бронювань, вподобання клієнтів);
- налаштувати нагадування, повідомлення та промо-акції для клієнтів;

– проаналізувати, як CRM допомагає підвищити лояльність клієнтів та ефективність продажів.

Веб-інтерфейс системи CRM-Travels (користування демо-версією продукту)

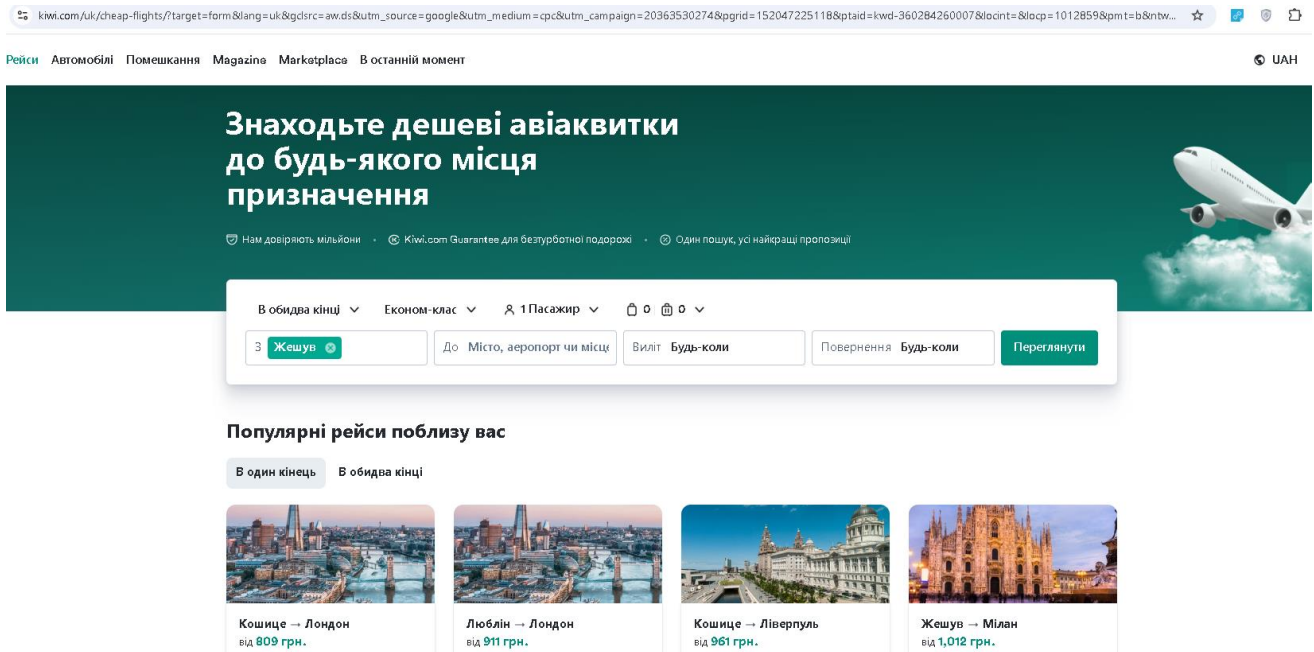
(<https://crmtravels.com/uk>)

Проаналізувати ланцюжок створення цінності туристичного продукту через цифрові технології:

- визначити ключові етапи створення туристичного продукту (планування, бронювання, обслуговування, зворотній зв'язок);
- дослідити, які цифрові інструменти беруть участь на кожному етапі;
- оцінити вплив GDS та CRM на підвищення ефективності бізнес-процесів.

Запропонувати приклад інтеграції GDS і CRM для умовної туристичної компанії або готелю, щоб покращити процеси бронювання, продажу та обслуговування клієнтів.

Підготувати короткий звіт з практичної роботи, у якому описати виконані дії, результати налаштувань та роль цифрових технологій у створенні цінності туристичного продукту.



Знаходьте дешеві авіаквитки до будь-якого місця призначення

В обидва кінці Економ-клас 1 Пасажир

З Жешув До Місто, аеропорт чи місце Виліт Будь-коли Повернення Будь-коли **Переглянути**

Популярні рейси поблизу вас

В один кінець В обидва кінці

Кošице → Лондон від 809 грн.

Люблін → Лондон від 911 грн.

Кošице → Ліверпуль від 961 грн.

Жешув → Мілан від 1,012 грн.

Пошук авіаквитків через сайт <https://www.kiwi.com/>

Контрольні питання

Які основні функції глобальних дистрибутивних систем у туристичному бізнесі?

Як CRM-система допомагає управляти клієнтською базою та підвищувати лояльність клієнтів?

Як цифрові технології впливають на ланцюжок створення цінності туристичного продукту?

Які переваги інтеграції GDS та CRM для туристичної компанії або готелю?

Практичне заняття 4. Оцінка та вибір інформаційних систем у туризмі.

Порівняння функціональних можливостей програмних продуктів для туристичних і готельно-ресторанних підприємств. Практичний аналіз сервісів туроператорів: GTO.UA, Самотур, Турсканер, Travelon. Оцінка витрат, ресурсних потреб та ефективності впровадження ІС.

Мета заняття – ознайомитись із критеріями оцінки та вибору інформаційних систем для туристичних і готельно-ресторанних підприємств, навчитися порівнювати функціональні можливості програмних продуктів, аналізувати сервіси туроператорів та оцінювати витрати, ресурсні потреби й ефективність впровадження інформаційних систем.

Методика практичного заняття

Ознайомитися з поняттям інформаційних систем у туризмі та гостинності та їх роллю в автоматизації бізнес-процесів.

The screenshot displays the GTO.UA website interface. At the top, there is a navigation bar with the GTO logo, a menu for 'Всі сервіси', and user account options. Below this is a search bar with tabs for 'Тури', 'Авіаквитки', 'Готелі', 'Страховки', 'Трансфери', and 'Експерсії'. The search filters are set to: 'Звідки: Кишинів', 'Напрямок: Анталія [Кемер]', 'Виліт з/до: 01.07.2026 - 02.07.2026', 'Ночей від/до: 0 - 0'. Additional filters include 'Категорія готелю: - будь-який -', 'Клас: - будь-який -', 'Зупинки: Макс. 1 пересадка', and 'Туристи: 2 дорослих'. A 'Знайти' button is visible. Below the search bar, there is a promotional banner for 'Острів Гран-Канарія з Будапешта. Вильоти тричі на тиждень' with a 'ПЕРЕГЛЯНУТИ ЦІНИ' button. The section 'Прямі рейси з Європи' features four hotel recommendations: Antares (Italy > Sicily), Blaumar Hotel (Spain > Costa Dorada), Parrotel Lagoon Waterpark Resort (Egypt > Sharm El-Sheikh), and Hotel Sabina & Suite (Spain > Majorca).

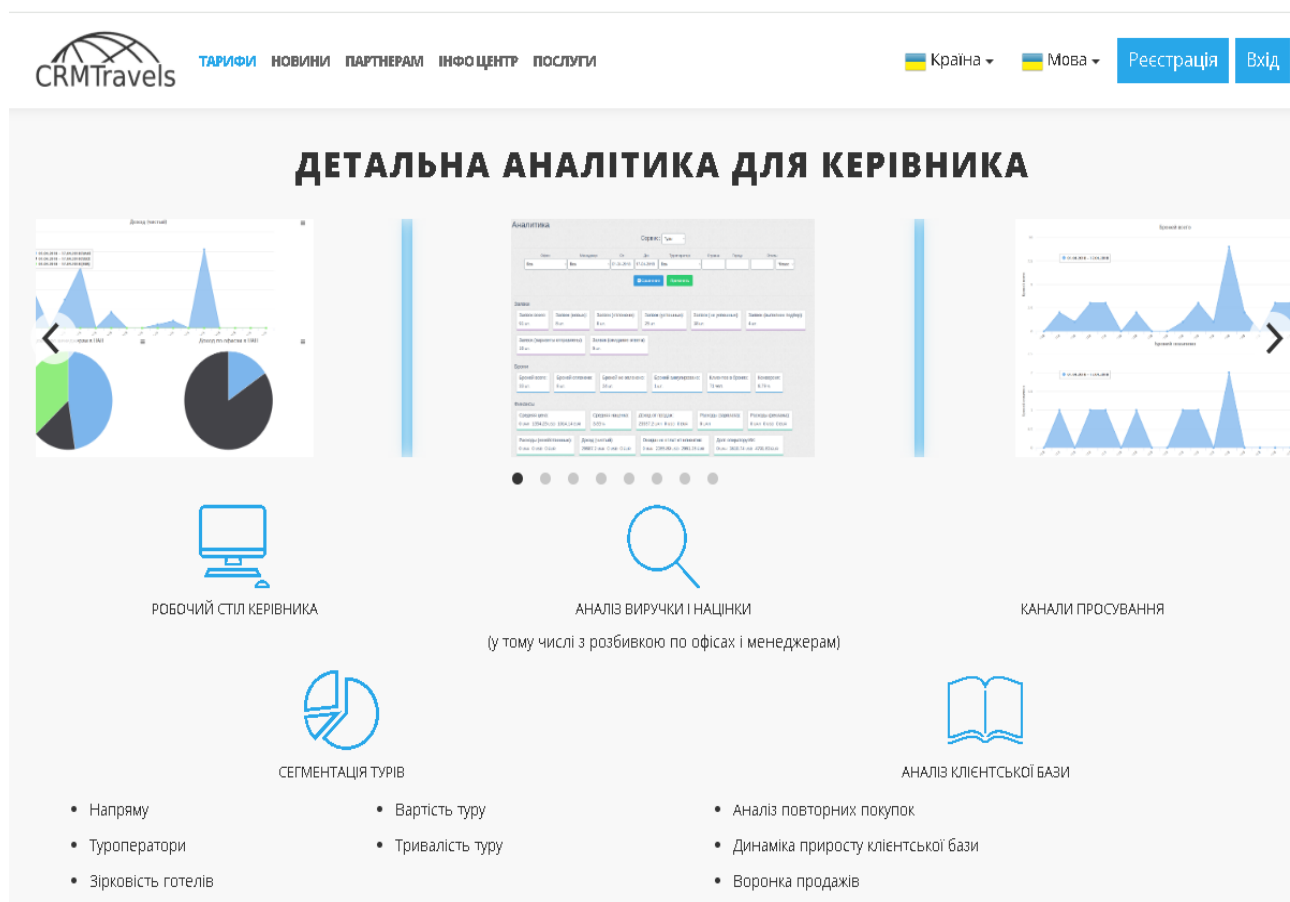
Вебінтерфейс системи GTO.UA (<https://gto.ua/>)

Вивчити основні критерії оцінки інформаційних систем для туристичних і готельно-ресторанних підприємств:

- функціональні можливості (бронювання, облік, CRM, аналітика);
- зручність користування та інтерфейс;
- технічні вимоги та сумісність із існуючими системами;
- витрати на впровадження та підтримку;
- ефективність підвищення продуктивності та оптимізації процесів.

Провести порівняння функціональних можливостей програмних продуктів для туристичних компаній та готельно-ресторанних закладів:

- GDS-системи (Amadeus, Galileo, Sabre) – бронювання та продаж послуг;
- CRM та ERP-системи – управління клієнтами, персоналом і ресурсами;
- онлайн-сервіси туроператорів (GTO.UA, Самотур, Турсканер, Travelon).



Аналітичні можливості системи CRM-Travels (<https://crmtravels.com/uk>)

Виконати практичний аналіз сервісів туроператорів:

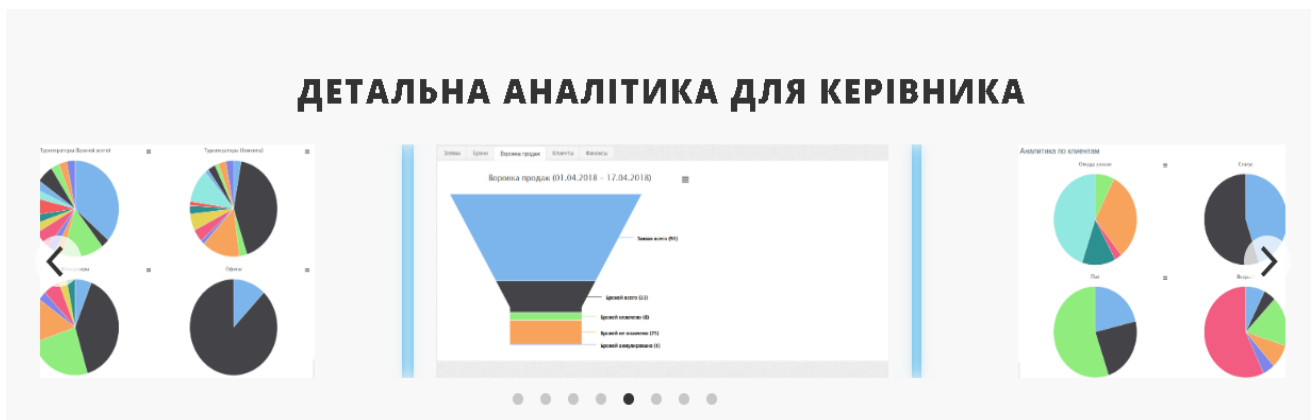
- дослідити інтерфейс та функціональні можливості кожного сервісу;
- визначити, які послуги доступні для клієнтів та туристичних компаній;
- оцінити швидкість, зручність та надійність роботи сервісу.

Оцінити витрати та ресурсні потреби впровадження інформаційних систем:

- фінансові витрати на ліцензії, абонементу, навчання персоналу;
- потреби у технічних ресурсах (комп'ютери, сервери, інтернет-з'єднання);
- потреби у кадровому забезпеченні (кількість та кваліфікація співробітників).

Порівняти ефективність впровадження різних інформаційних систем для умовної туристичної компанії або готелю:

- підвищення продуктивності та швидкості обробки замовлень;
- оптимізація витрат і ресурсів;
- покращення обслуговування клієнтів та задоволеності.



Можливості аналізу воронки продажів в CRM-Travels і

(<https://crmtravels.com/uk>)

Підготувати короткий звіт з практичної роботи, у якому описати результати порівняння систем, оцінку витрат і ресурсів та рекомендації щодо вибору інформаційної системи.

Контрольні питання

Які критерії слід враховувати при оцінці та виборі інформаційної системи для туристичного або готельно-ресторанного підприємства?

Які основні функціональні відмінності між сервісами туроператорів GTO.UA, Самотур, Турсканер та Travelon?

Як оцінити витрати та ресурсні потреби впровадження інформаційної системи?

Які фактори визначають ефективність використання інформаційної системи у туристичному бізнесі?

Практичне заняття 5. Мережеві та геоінформаційні технології в туризмі.

Ознайомлення з мережевими технологіями та комунікаційними системами. Практичне використання Google Maps та Google Earth для планування маршрутів, оцінки туристичних об'єктів та інфраструктури.

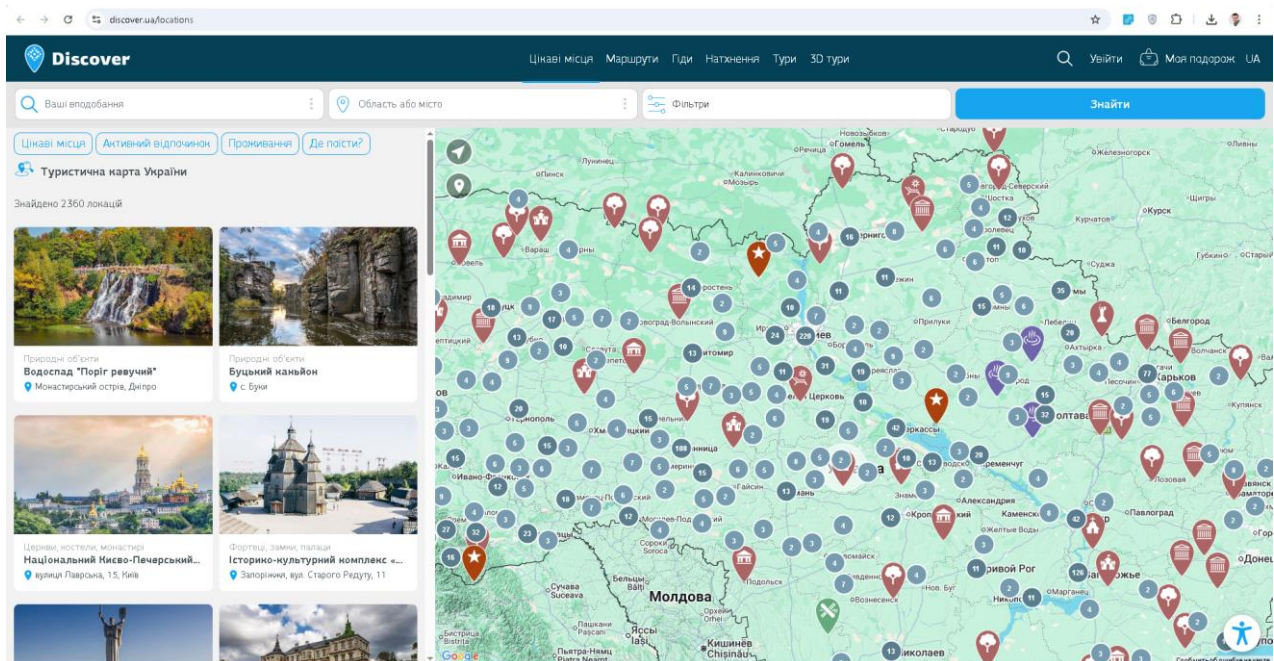
Мета заняття – ознайомитись із мережевими та геоінформаційними технологіями, навчитися використовувати комунікаційні системи та практично застосовувати сервіси Google Maps і Google Earth для планування туристичних маршрутів, оцінки туристичних об'єктів та інфраструктури.

Методика практичного заняття

Ознайомитися з поняттям мережевих технологій та їх роллю в туристичному бізнесі та гостинності.

Вивчити основні комунікаційні системи, що використовуються у туризмі:

- електронна пошта, месенджери та платформи для відеоконференцій;
- системи спільного доступу до інформації та документообігу;
- онлайн-сервіси для планування та продажу туристичних послуг.



Інтерфейс туристичної геоінформаційної системи Discover.ua

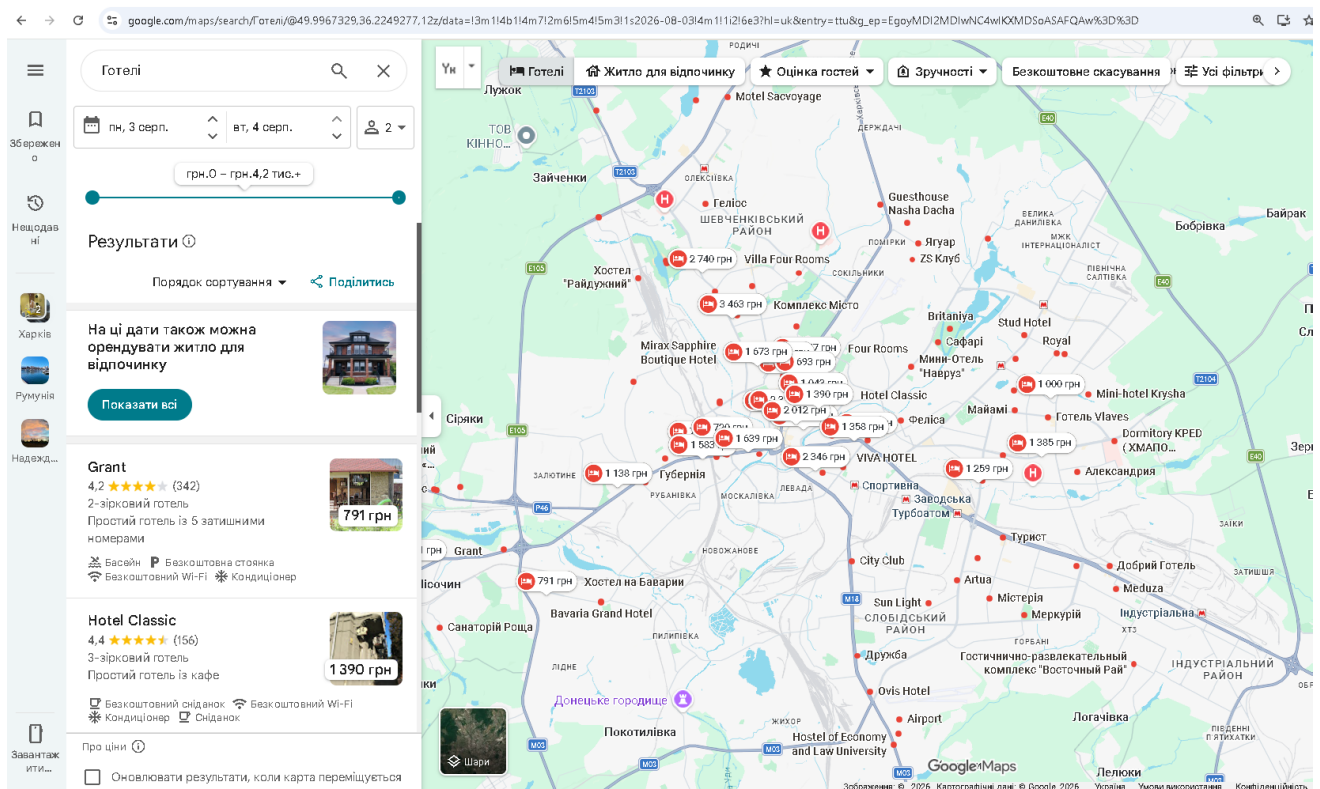
(<https://discover.ua/locations>)

Ознайомитися з принципами роботи геоінформаційних систем (ГІС) та їх використанням у туристичній діяльності:

- аналіз туристичних маршрутів;
- оцінка доступності та розташування туристичних об'єктів;
- планування інфраструктури та логістики.

Практично застосувати Google Maps <https://www.google.com/maps/> :

- прокласти маршрут між туристичними об'єктами;
- оцінити відстань, час у дорозі та доступність транспортних зв'язків;
- позначити цікаві туристичні об'єкти та створити власну карту з точками інтересу.



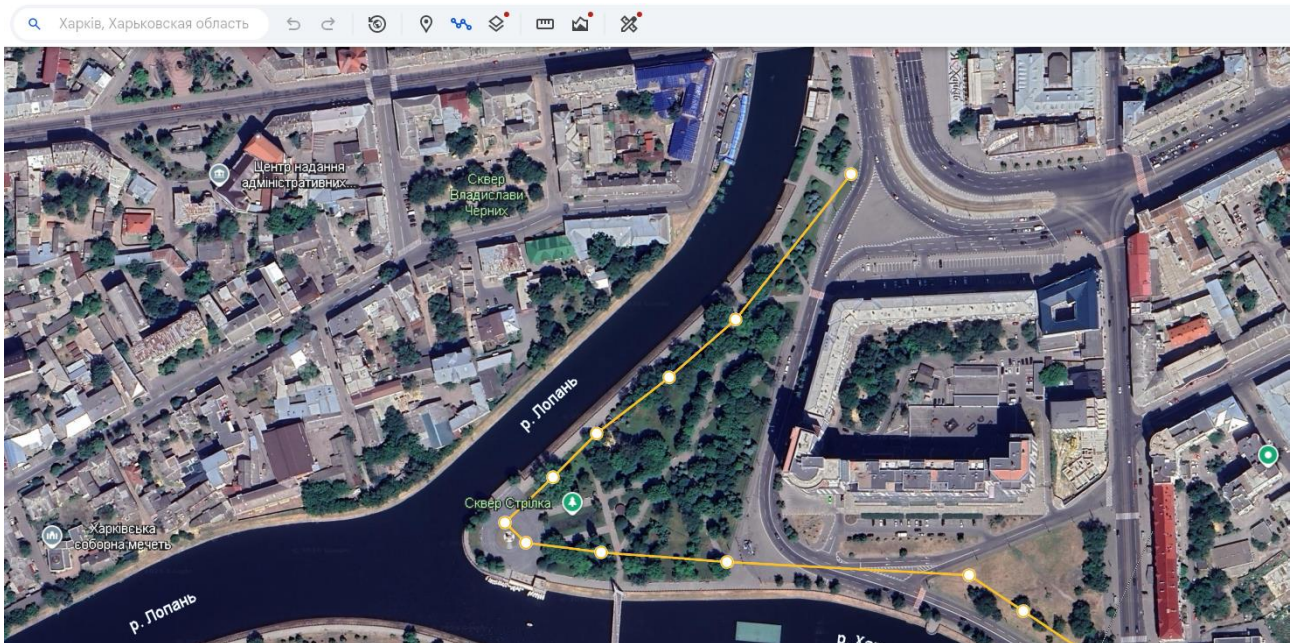
Готелі на мапі Харкова в середовищі Google Maps

(<https://www.google.com/maps/>)

Практично застосувати Google Earth <https://earth.google.com/> :

- дослідити рельєф та територію об'єктів;

- переглянути супутникові знімки та панорами вулиць;
- оцінити інфраструктуру туристичних зон та можливості розвитку маршруту.



Побудова прогулялкового туристичного маршруту в м. Харків у середовищі

Google Earth <https://earth.google.com/>

Проаналізувати переваги використання мережевих та геоінформаційних технологій у туристичній діяльності:

- покращення планування та логістики маршрутів;
- підвищення ефективності презентації туристичних продуктів;
- доступність інформації для туристів і операторів у будь-який час.

Запропонувати приклад використання мережевих та геоінформаційних технологій для умовної туристичної компанії або готелю, щоб покращити планування маршрутів та обслуговування клієнтів.

Підготувати короткий звіт з практичної роботи, у якому описати виконані дії, створені маршрути та оцінку ефективності застосування геоінформаційних технологій у туризмі.



Інтерфейс додатку Google Earth

Контрольні питання

Які можливості надають мережеві технології для організації туристичного бізнесу?

Як Google Maps і Google Earth допомагають планувати туристичні маршрути та оцінювати об'єкти інфраструктури?

Які переваги отримує туристичне підприємство від використання геоінформаційних технологій?

Як можна інтегрувати мережеві та геоінформаційні сервіси для підвищення ефективності обслуговування клієнтів?

Практичне заняття 6. Інформаційні маркетингові та рекламні технології в туризмі. Бізнес-аналітика на основі Big Data.

Використання SMM та Canva для просування туристичного продукту. Практичний аналіз анонімізованих даних бронювань у Excel/Google Sheets, використання Google Analytics для оцінки трафіку та конверсій. Розробка пропозицій персоналізації туристичних послуг.

Мета заняття – ознайомитись із сучасними інформаційними маркетинговими та рекламними технологіями у туризмі, навчитися використовувати SMM та графічні сервіси для просування туристичного продукту, практично аналізувати дані бронювань й відвідуваності за допомогою Excel/Google Sheets та Google Analytics, а також розробляти пропозиції персоналізації туристичних послуг.

Методика практичного заняття

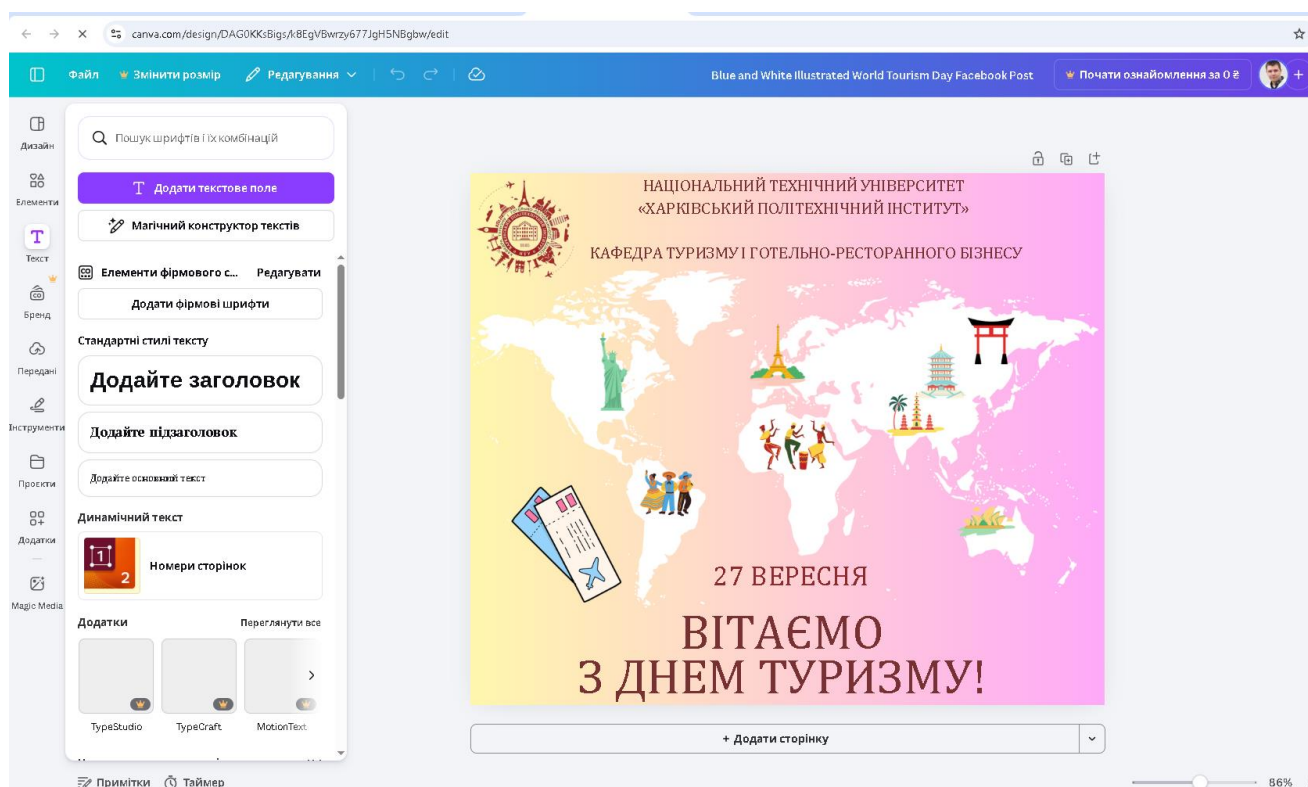
Ознайомитися з поняттям інформаційного маркетингу та реклами у туристичному бізнесі та їх роллю у залученні клієнтів.

Вивчити основні інструменти цифрового маркетингу у туризмі:

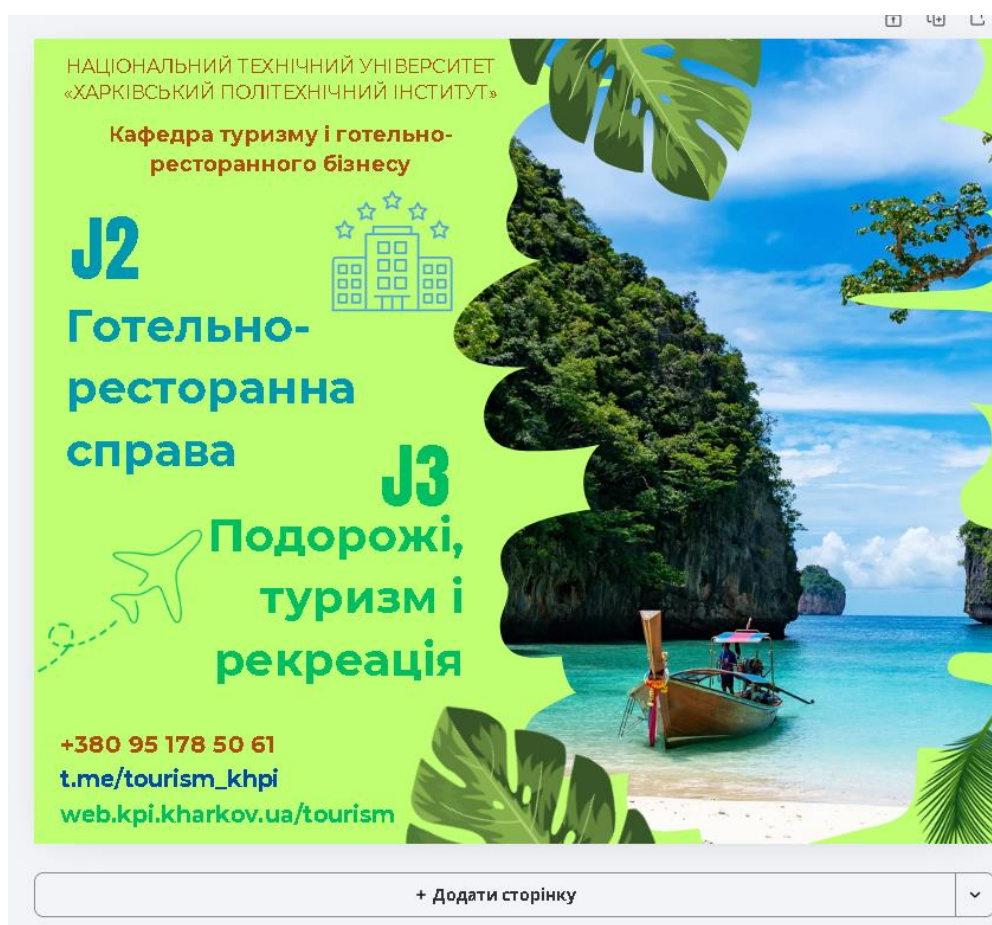
- SMM-платформи (Facebook, Instagram, TikTok) для просування туристичних продуктів;
- графічні сервіси (Canva) для створення рекламних матеріалів;
- аналітичні сервіси для оцінки ефективності кампаній.

Практично застосувати SMM та Canva:

- створити пост або банер для просування туристичного продукту;
- налаштувати просту рекламну кампанію або план публікацій;
- оцінити можливості залучення аудиторії через соціальні мережі.



Інтерфейс Canva (<https://www.canva.com/>)



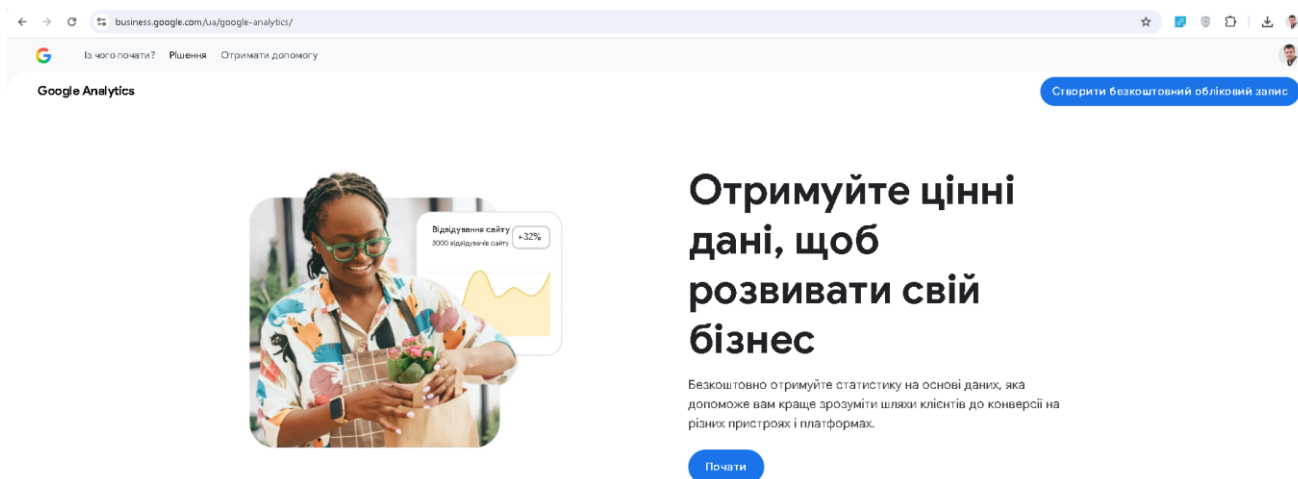
Приклад створеного рекламного матеріалу в середовищі Canva

Виконати практичний аналіз анонімованих даних бронювань у Excel або Google Sheets:

- провести сортування та фільтрацію даних;
- визначити популярні тури, сезони та клієнтські сегменти;
- розрахувати основні показники ефективності (кількість бронювань, середній чек, конверсії).

Використати Google Analytics для оцінки трафіку та конверсій туристичного сайту або сторінки:

- визначити джерела трафіку та поведінку користувачів;
- оцінити ефективність маркетингових каналів;
- зробити висновки щодо оптимізації рекламних кампаній.



Отримуйте корисну бізнес-статистику й використовуйте її для своїх цілей

Інтерфейс Google Analytics (<https://business.google.com/ua/google-analytics/>)

Розробити пропозиції персоналізації туристичних послуг на основі отриманих даних:

- сегментація клієнтів за інтересами та попередніми бронюваннями;
- створення спеціальних пропозицій для різних груп клієнтів;
- рекомендації щодо підвищення лояльності та повторних продажів.

Ознайомитися з поняттям інформаційної бази туристичного підприємства та її роллю в організації роботи туристичних фірм і закладів гостинності (на прикладі файлу).

Розглянути основні складові інформаційної бази туристичного підприємства, визначити:

- дані про клієнтів;
- інформацію про туристичні продукти та тури;
- відомості про партнерів та постачальників послуг;
- дані щодо бронювання та продажів.

Створити структуру інформаційної бази умовного туристичного підприємства, визначивши необхідні таблиці та основні поля для зберігання інформації.

№	Назва	Номер дозволу	Термін дії дозволу	Назва умовної, яка є основою ліцензії, що надано	Термін дії документа, що засвідчує фінансове забезпечення компанії
1	Філія особи підприємства КУРЕНЬ НАТАЛІЯ ЗНОБІВНА	8368	01.04.2022	АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО	22.09.2022
2	Товариство з обмеженою відповідальністю "ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ "АВАЛАНГ"	9669	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	18.09.2022
4	Філія особи підприємства Білея Провалєв Євген	8527	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	04.10.2024
5	Товариство з обмеженою відповідальністю "Туризм" "Панчаківці"	9691	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	31.08.2024
6	Філія особи підприємства Мальова Олександр Олександрович	9692	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	27.07.2025
7	Філія особи підприємства Винокур Євген Степанович	8528	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	02.07.2023
8	Товариство з обмеженою відповідальністю "Астремар тур"	7359	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	09.01.2024
9	Товариство з обмеженою відповідальністю "АЛТІ СИСТЕМС"	9497	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	30.07.2026
10	Філія особи підприємства Мамарова Галина Володимирівна	9499	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	08.05.2023
11	Товариство з обмеженою відповідальністю "Альби-Тревел"	9501	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	09.05.2022
12	Товариство з обмеженою відповідальністю "Чай Тур"	9502	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	20.01.2022
13	Філія особи підприємства ГАМБА ОЛІЯ ЮРІЄВНА	11302	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	26.05.2023
18	Європейське підприємство Коростенко Федір паровозик та екскурсії	10885	30.03.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	30.03.2022
15	Філія особи підприємства СНА КАТЕРИНА ВИКТОРІВНА	8927	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	18.05.2026
16	Філія особи підприємства Васильченко Алла Вікторівна	10888	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	17.05.2022
17	Публічне підприємство "Береза подорожувач"	10889	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	17.03.2026
18	Філія особи підприємства Турко Вікторія Євгенівна	8567	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	07.04.2022
19	Філія особи підприємства Смішко Ганна Іванівна	9566	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	11.09.2024
20	Товариство з обмеженою відповідальністю "Полонез"	7312	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	21.09.2023
21	Товариство з обмеженою відповідальністю "УСТЦНА СІРАДА"	8965	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	18.11.2023
22	Філія особи підприємства Попово Петро Володимирівич	4953	01.04.2022	АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО	18.02.2022
23	Філія особи підприємства Андрушко Алла Василівна	8578	01.04.2022	ПАТ "Банк Інвестбанк"	05.04.2022
24	Філія особи підприємства Кириленко Олександр Володимирович	9897	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	03.05.2024
25	Товариство з обмеженою відповідальністю "ФЕМА ТРЕВЕЛ"	8989	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	31.08.2023
26	Філія особи підприємства Ільїн Володимир Іванович	4884	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	17.07.2024
27	Товариство з обмеженою відповідальністю "Смі МТК"	4865	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	23.05.2023
28	Філія особи підприємства Діденко Катерина Петрівна	9345	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	24.07.2024
29	Філія особи підприємства Вавриша Валентина Миколаївна	9645	01.04.2022	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬністю	08.02.2022
30	Товариство з обмеженою відповідальністю "Тавриус-Тур"	9650	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	05.03.2023
31	Філія особи підприємства Чарні Наталія Вікторівна	9638	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	28.03.2023
32	Товариство з обмеженою відповідальністю "Формула подорож"	9672	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	08.04.2022
33	Товариство з обмеженою відповідальністю "Дисконт-центр туристичних путівок"	9674	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	17.09.2023
34	Філія особи підприємства Шаданська Ольга Сергіївна	8522	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	18.01.2022
35	Товариство з обмеженою відповідальністю "Райв Тур"	9673	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	11.04.2024
36	Товариство з обмеженою відповідальністю "Сміл Тревел Орбел"	7359	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	17.07.2022
37	Товариство з обмеженою відповідальністю "Туристична компанія "Сма Тревел"	9663	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	13.04.2022
38	Товариство з обмеженою відповідальністю "Надо Марс"	9654	10.03.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	10.03.2022
39	Товариство з обмеженою відповідальністю "Аланта Тур"	4754	01.04.2022	Товариство з обмеженою відповідальністю	15.04.2024
40	Філія особи підприємства Вольфарт Марія Богданівна	8643	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	28.02.2022
41	Філія особи підприємства Чорна Наталія Вікторівна	7257	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	05.12.2026
42	Товариство з обмеженою відповідальністю "Патра Тревел"	9613	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	14.11.2022
43	Товариство з обмеженою відповідальністю "Кольорові планети"	9634	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	27.03.2022
44	Товариство з обмеженою відповідальністю "Система Бронювання Путівок.ю"	9627	01.04.2022	АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО	17.07.2024
45	Філія особи підприємства Біланс Тет Іван Кудряков	8628	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	16.06.2024
46	Філія особи підприємства Бартош Ігор Вікторович	8521	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	14.07.2022
47	Товариство з обмеженою відповідальністю "Клуб комфортних подорожей"	9637	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	09.06.2023
48	Філія особи підприємства Гвардієвська Ірина Петрівна	8526	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	27.03.2022
49	Товариство з обмеженою відповідальністю "Мезоніс Тур"	8910	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	28.10.2024
50	Публічне підприємство "Евас Тревел"	8445	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	01.04.2022
51	Товариство з обмеженою відповідальністю "Туристична фірма "Шолохов"	9239	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	28.02.2022
52	Товариство з обмеженою відповідальністю "Академія туризму"	5188	01.04.2022	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬністю	28.07.2022
53	Товариство з обмеженою відповідальністю "Туристична компанія "Фіні"	4937	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	08.12.2026
54	Філія особи підприємства Аллоєва Ольга Олександрівна	8207	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	15.10.2022
55	Товариство з обмеженою відповідальністю "Академія"	8237	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	29.10.2026
56	Публічне підприємство "ТРЕВЕЛ ТУРИМ"	8449	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	28.09.2024
57	Філія особи підприємства Іванова Валерія Сергіївна	4640	01.04.2022	АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО	22.01.2022
58	Філія особи підприємства Червоненко Наталія Анатоліївна	9259	01.04.2022	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬністю	15.06.2022

Фрагмент бази даних туристичного підприємства в середовищі Microsoft Excel

Ознайомитися з можливостями табличних процесорів (**Microsoft Excel** або **Google Sheets**) для створення баз даних:

- створити таблицю клієнтів;
- сформуванати таблицю туристичних продуктів або турів;
- створити таблицю бронювань;
- встановити зв'язки між даними різних таблиць за допомогою однакових ідентифікаторів або довідників.

Виконати базову обробку даних у таблицях:

- здійснити сортування та фільтрацію даних;
- виконати пошук інформації;
- сформуванати прості підсумкові розрахунки (кількість бронювань, популярність турів тощо).

№	Назва	Номер договору	Термін дії договору	Назва установи, яка видала документ, що засвідчує	Термін дії документу, що засвідчує фінансове забезпечення цивільної відповідальності
1					
2	Приватне підприємство "ДОБРО"	7	02.03.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	02.03.2022
3	Приватне підприємство "Андор-Тур"	14	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	25.02.2027
4	Товариство з обмеженою відповідальністю "Горизонт XXI"	17	01.04.2022	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ	09.12.2024
5	Товариство з обмеженою відповідальністю "Трена Тур"	20	01.04.2022	Банк Український Капітал	15.05.2022
6	Товариство з обмеженою відповідальністю "Королівський Туристичний Клуб"	27	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	07.07.2022
7	Фізична особа-підприємець Кафтан Тетяна Олександрівна	30	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	21.05.2023
8	Товариство з обмеженою відповідальністю "Ворлдсервіс Груп"	36	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	03.06.2023
9	Товариство з обмеженою відповідальністю "Туристичний Лідер"	37	01.04.2022	АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО	27.09.2026
10	Товариство з обмеженою відповідальністю "Інтерконтиненталь J.- Тур"	39	01.04.2022	ТОВ "ІЗІ ФІНАНС"	03.07.2022
11	Товариство з обмеженою відповідальністю "Мастер-Тур"	40	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	27.02.2022
12	Фізична особа-підприємець Дьячкова Тетяна Олександрівна	42	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	23.12.2022
13	Товариство з обмеженою відповідальністю "Гермес"	44	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	25.12.2023
14	Приватне підприємство "ДІМОНА-АВІАТУР"	50	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	23.11.2026
15	Фізична особа-підприємець Борисевич Світлана Олександрівна	60	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	30.01.2024
16	Приватне підприємство "Мандри Мрій"	68	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	09.04.2026
17	Фізична особа-підприємець Македонська Людмила Пилипівна	70	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	18.12.2023
18	Пасовер ТОВ	72	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	24.06.2023
19	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ТУРИСТИЧНЕ АГЕНСТВО «ЗОЛОТИЙ ПІРАМІД»	75	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	27.08.2022
20	Фізична особа-підприємець Гладченко Тетяна Вікторівна	77	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	21.05.2026
21	Товариство з обмеженою відповідальністю "Туристична компанія "Мандарин Турс"	78	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	28.01.2022
22	Фізична особа-підприємець Червінська Віра Прокопівна	81	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	14.05.2022
23	Фізична особа-підприємець Кожин Ігор Євгенович	83	01.04.2022	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ	12.10.2023
24	Товариство з обмеженою відповідальністю "Туристична фірма "Міжнародний туризм"	86	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	24.07.2022
25	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ "АВІАТОР"	91	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	03.09.2026
26	Товариство з обмеженою відповідальністю «Бутік Престиж Тревел»	106	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	01.11.2023
27	Фізична особа-підприємець Ковнір Олена Леоніівна	114	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	22.04.2023
28	Фізична особа-підприємець Герасимчук Олена Вікторівна	125	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	21.07.2023
29	Приватне підприємство "Туристична агенція "Веселіт"	127	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	14.07.2022
30	Товариство з обмеженою відповідальністю "АГЕНСТВО ПО ДОРОЖЕЙ "ІНТУРИСТ"	131	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	30.11.2022
31	Товариство з обмеженою відповідальністю "Турекс"	133	01.04.2022	АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО	23.11.2023
32	Приватне підприємство "Автіплот"	138	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	03.11.2022
33	Фізична особа-підприємець Поляк Юрій Євгенович	140	01.04.2022	ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ	16.01.2026

Фільтрація даних по стовпцях та за номерам договору

Ознайомитися з можливостями хмарних сервісів для роботи з даними підприємства:

- розглянути роботу **Google Drive, OneDrive** або аналогічних сервісів;
- створити спільну папку для зберігання документів туристичного підприємства;

- налаштувати доступ до файлів для різних користувачів;
- дослідити можливості спільної роботи з документами.

Проаналізувати переваги використання хмарних технологій у діяльності туристичних підприємств, визначити:

- можливості спільної роботи співробітників;
- доступ до даних із різних пристроїв;
- підвищення безпеки та збереження інформації.

Запропонувати приклад організації зберігання даних для умовної туристичної компанії або готелю із використанням хмарних сервісів.

Підготувати короткий звіт з практичної роботи, у якому описати створену структуру бази даних та можливості використання хмарних технологій у діяльності туристичного підприємства.

Підготувати короткий звіт з практичної роботи, у якому описати виконані дії, результати аналізу даних та пропозиції щодо персоналізації туристичних послуг.

Контрольні питання

Які інструменти цифрового маркетингу ефективні для просування туристичного продукту?

Як можна використовувати Excel/Google Sheets для аналізу бронювань і сегментації клієнтів?

Які показники у Google Analytics дозволяють оцінити ефективність маркетингових кампаній?

Як персоналізація туристичних послуг впливає на лояльність клієнтів та продажі?

Практичне заняття 7. Системи електронного бронювання та глобальні дистрибутивні системи.

Практичне ознайомлення з Amadeus, Galileo, Booking, Hotels24. Аналіз інтерфейсу, логіки бронювання, інтеграції з PMS та корпоративними базами. Розробка сценаріїв бронювання для конкретного туристичного продукту.

Мета заняття – ознайомитись із системами електронного бронювання та глобальними дистрибутивними системами (GDS), навчитися аналізувати інтерфейс і логіку бронювання, оцінювати інтеграцію з PMS та корпоративними базами даних, а також розробляти сценарії бронювання для конкретного туристичного продукту.

Методика практичного заняття

Ознайомитися з поняттям систем електронного бронювання та глобальних дистрибутивних систем (GDS) і їх роллю у туристичному бізнесі.

Дослідити основні функції систем електронного бронювання та GDS на прикладі *Amadeus, Galileo, Booking, Hotels24*:

- проаналізувати інтерфейс та навігацію в системах;
- ознайомитися з логікою бронювання номерів, турів або послуг;
- визначити доступні способи оплати та підтвердження замовлень.

Оцінити інтеграцію систем бронювання з PMS (Property Management System) та корпоративними базами даних:

- визначити, як дані про клієнтів і бронювання передаються між системами;
- оцінити переваги автоматизації обліку та управління ресурсами;
- проаналізувати вплив інтеграції на оперативну та управлінську інформацію.

Розробити сценарії бронювання для конкретного туристичного продукту:

- створити приклад бронювання для готелю, туру або пакету послуг;
- відобразити послідовність дій користувача та туристичного агентства;
- включити різні варіанти оплати та можливі зміни бронювання.

Проаналізувати переваги та обмеження різних систем електронного бронювання та GDS:

- зручність для користувачів та агентств;
- швидкість обробки замовлень;
- можливості аналітики та звітності;
- рівень автоматизації бізнес-процесів.

Підготувати короткий звіт з практичної роботи, у якому описати виконані дії, розроблені сценарії бронювання та оцінку ефективності систем електронного бронювання і GDS у туристичному бізнесі.

Контрольні питання

Які основні функції систем електронного бронювання та глобальних дистрибутивних систем у туризмі?

Як інтеграція GDS та PMS підвищує ефективність управління туристичним підприємством?

Які ключові етапи слід враховувати при розробці сценарію бронювання туристичного продукту?

Які переваги та обмеження різних систем бронювання для туристичних компаній та клієнтів?

Практичне заняття 8. Корпоративні інформаційні системи та CRM у туризмі.

Вивчення корпоративних ІС туристичних підприємств. Практичне використання Microsoft Dynamics CRM для управління взаєминами з клієнтами. Аналіз впливу CRM на підвищення якості туристичних послуг та лояльності клієнтів. Українська CRM-система <https://ua.keycrm.app/>

Мета заняття – ознайомитись із корпоративними інформаційними системами туристичних підприємств, навчитися практично використовувати CRM для управління взаєминами з клієнтами, підвищення якості туристичних послуг та лояльності клієнтів.

Методика практичного заняття

Ознайомитися з поняттям корпоративних інформаційних систем (ІС) та їх роллю у туристичному бізнесі:

- автоматизація бізнес-процесів;
- управління клієнтською базою та продажами;
- інтеграція з іншими системами (бухгалтерія, бронювання, аналітика).

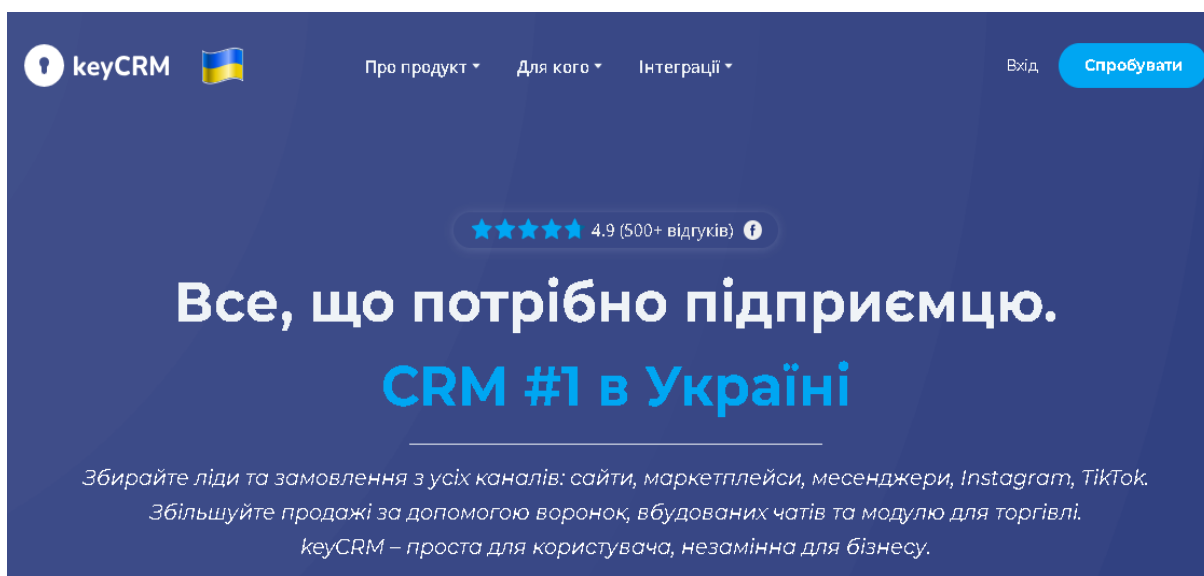
Вивчити основні функції CRM-систем для туристичних підприємств:

- облік та сегментація клієнтів;
- ведення історії взаємин та бронювань;
- автоматизація воронки продажів;
- аналіз ефективності маркетингових та продажних кампаній.

Практично застосувати Microsoft Dynamics CRM або українську CRM-систему KeyCRM (<https://ua.keycrm.app/>):

- зареєструватися та створити власну туристичну агенцію;
- створити воронки продажів для туристичних продуктів;
- додати турпродукти та опис послуг;

- внести клієнтів у базу та здійснити продаж туру;
- відстежити хід угод у воронці продажів та оцінити ефективність процесу.



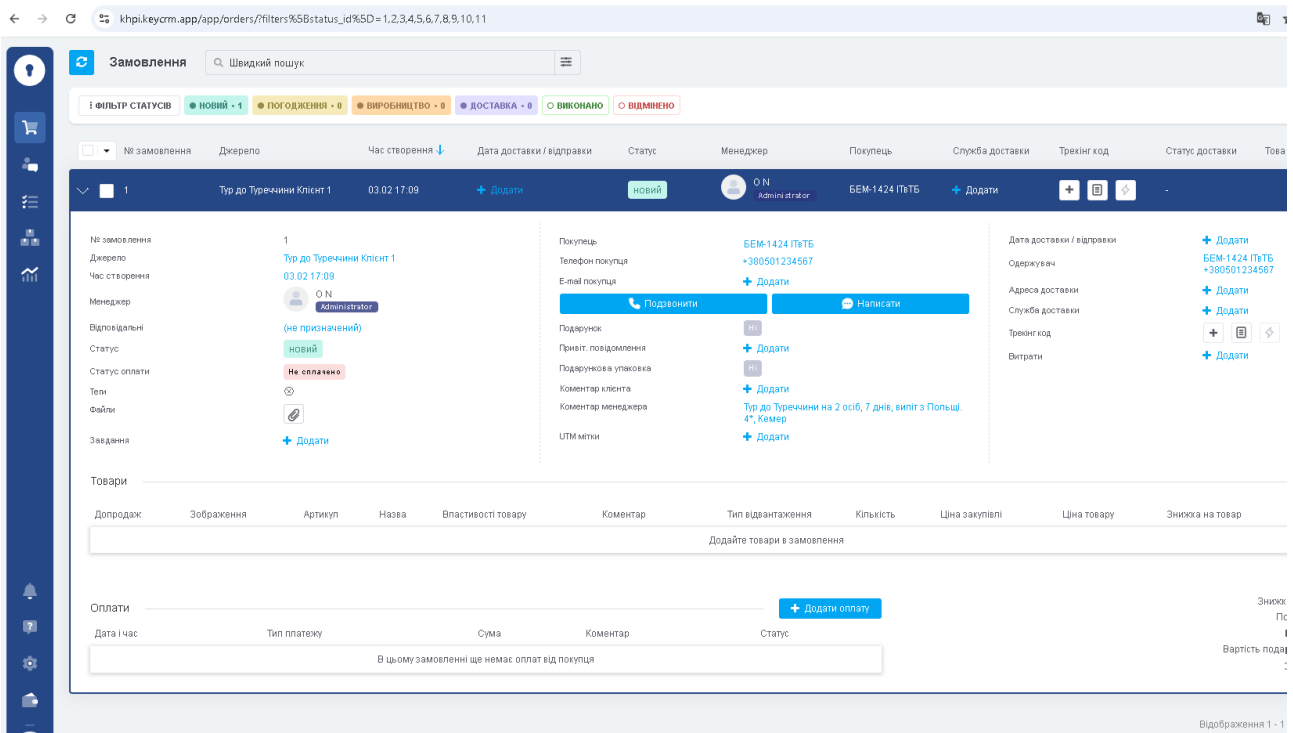
Зовнішній інтерфейс сторінки входу до CRM-системи KeyCRM

(<https://ua.keycrm.app/>)

Проаналізувати вплив CRM на діяльність туристичного підприємства:

- підвищення якості обслуговування клієнтів;
- оптимізація процесів продажу та бронювання;
- збільшення лояльності та повторних продажів;
- можливості аналітики та звітності для управлінців.

Запропонувати приклад інтеграції CRM з іншими інформаційними системами туристичної компанії (бронювання, фінанси, маркетинг).



Інтерфейс робочого середовища віртуальної туристичної агенції в CRM-системі KeyCRM (<https://ua.keycrm.app/>)

Підготувати короткий звіт з практичної роботи, у якому описати створену тур.агенцію, розроблені воронки продажів, додані турпродукти, клієнтів та результати продажу.

Контрольні питання

Які функції виконує CRM-система у туристичному підприємстві?

Як CRM допомагає підвищити якість обслуговування клієнтів та їх лояльність?

Які переваги надає автоматизація воронки продажів у туристичній компанії?

Як інтеграція CRM із іншими корпоративними системами покращує ефективність бізнес-процесів?

Практичне заняття 9. Інформаційні системи готельно-ресторанного бізнесу та AI.

Огляд автоматизованих систем управління готелями та ресторанами. Практична робота з Servio HMS для готелів та Poster для ресторанного бізнесу. Тестування AI-рішень: чат-боти, системи персоналізації, сервісні роботи.

Мета заняття – ознайомитись із сучасними автоматизованими інформаційними системами для готельно-ресторанного бізнесу, навчитися використовувати Servio HMS та Poster, а також дослідити можливості AI-рішень (чат-боти, персоналізація послуг, сервісні роботи) для підвищення ефективності обслуговування клієнтів.

Методика практичного заняття

Ознайомитися з автоматизованими системами управління готелями та ресторанами та їх роллю у сучасному бізнесі гостинності:

- підвищення швидкості та точності обслуговування;
- контроль фінансів, бронювань та ресурсів;
- інтеграція з іншими цифровими сервісами та аналітикою.

Практична робота з Servio HMS (встановленої на базі готелю «Політехник»):

- ознайомитися з інтерфейсом системи;
- створити бронювання для гостя;
- внести дані гостя до системи;
- налаштувати оплату та методи розрахунку;
- створити завдання для різних ролей (адміністратор, порт'є, покоївка);
- провести виїзд гостя та оформити розрахунок;
- виконати нічний аудит комплексний і перевірити облікові дані.

Веб-інтерфейс Servio HMS на базі готелю Політехник

Проживаючі в номерах гості готелю в Servio HMS

Проведення нічного аудиту в Servio HMS

Номерний фонд Завдання по статусу номера Обслуговування Завдання на прибирання **Графік роботи** Друк графіка роботи

Список номерів

Додавати ручне прибирання

Автооновлення

Всі
 Тільки житлові
 Тільки службові

Поверхи:

Статуси:

Зайнятість:

Заїзд:

Статус продаж:

<input checked="" type="checkbox"/>	№	Тип кімнати	Виїзд/Заїзд	Опис	Тип прибирання: Чистий
<input checked="" type="checkbox"/>	1	Стандарт	-/-		Щоденне
<input checked="" type="checkbox"/>	2	Стандарт	-/-		Легке
<input checked="" type="checkbox"/>	3	Стандарт	-/-		Чистий
<input checked="" type="checkbox"/>	4	Стандарт	-/-		Чистий
<input checked="" type="checkbox"/>	5	Стандарт	-/-		Чистий
<input checked="" type="checkbox"/>	6	Стандарт	-/-		Чистий
<input checked="" type="checkbox"/>	7	Стандарт	-/-		Чистий
<input checked="" type="checkbox"/>	8	Стандарт	-/-		Чистий
<input checked="" type="checkbox"/>	9	Стандарт	-/-		Чистий
<input checked="" type="checkbox"/>	10	Стандарт	-/-		Чистий
<input checked="" type="checkbox"/>	11	Стандарт	-/-		Чистий
<input checked="" type="checkbox"/>	12	Економ	-/-		Чистий
<input checked="" type="checkbox"/>	13	Економ	-/-		Чистий
<input checked="" type="checkbox"/>	14	Економ	-/-		Чистий
<input checked="" type="checkbox"/>	15	Економ	-/-		Чистий
<input checked="" type="checkbox"/>	16	Економ	-/-		Чистий
<input checked="" type="checkbox"/>	17	Економ	-/-		Чистий
<input checked="" type="checkbox"/>	18	Полулюкс	-/-		Чистий
<input checked="" type="checkbox"/>	19	Полулюкс	-/-		Чистий
<input checked="" type="checkbox"/>	20	Полулюкс	-/-		Чистий
<input checked="" type="checkbox"/>	21	Полулюкс	-/-		Чистий
<input checked="" type="checkbox"/>	22	Люкс	03.10.2025 12:00:00/-		Виїзне
<input checked="" type="checkbox"/>	23	Люкс	-/-		Чистий
<input checked="" type="checkbox"/>	24	Люкс	-/-		Чистий

Створення завдань на прибирання покоївкам в Servio HMS

Практична робота з Poster (ресторанний бізнес, веб-версія <https://joinposter.com/>):

- ознайомитися з інтерфейсом системи;
- створити замовлення для клієнта;
- передати замовлення на кухню;
- здійснити закриття рахунку;
- дослідити інші функції системи (звіти, облік товарів, аналітика продажів).

joinposter.com/Ua?ref=g-ads-pm ax-brand-ukraine&utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_content=&utm_campaign=pm ax-brand-ukraine&utm_term=&utm_term=&utm_campaign=pm ax+brand+ukraine&utm_source=adwords...

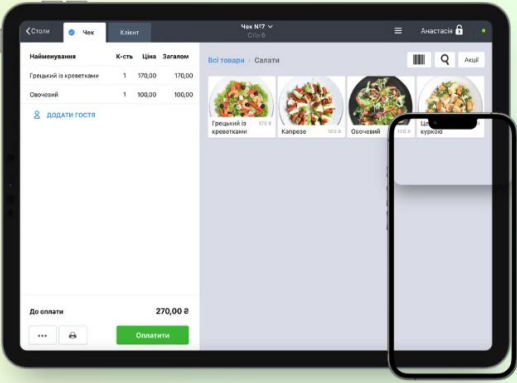
Poster Можливості ▾ Рішення ▾ Обладнання і послуги ▾ Ціни ▾ Навчання ▾ Спільнота ▾ Увійти Спробувати безкоштовно

Poster POS спрощує ведення ресторанного бізнесу

Одна POS-система закриває всі питання: онлайн-каса, склад, фінанси, аналітика та CRM.

- ✓ Працює в хмарі
- ✓ Підтримує ПРРО
- ✓ Коштує від 540 грн на місяць

Спробувати безкоштовно Подивитися демо



Веб-інтерфейс Poster (<https://joinposter.com/>)


Назва	Категорія	Податок	Вихід	Собівартість без ПДВ	Ціна	Нав.
Aperol Spritz	Коктейлі	Без ПДВ + Акциз 5%	0,225 кг	17,55 ₴	175,00 ₴	81
Burratessa	Піца	Без ПДВ	0,958 кг	4,79 ₴	434,00 ₴	89
Nutty&Berry	Коктейлі	Без ПДВ + Акциз 5%	0,120 кг	9,36 ₴	195,00 ₴	181
Бульйон	Перші страви	Без ПДВ	0,313 кг	36,66 ₴	144,00 ₴	25
Грецький із креветками	Салати	Без ПДВ	0,313 кг	42,76 ₴	170,00 ₴	25
Еспресо	Безалкогольні напої	Без ПДВ	0,030 кг	7,71 ₴	50,00 ₴	54
З печеним солодким пе	Піца	Без ПДВ	0,600 кг	11,91 ₴	325,00 ₴	26
Какао	Безалкогольні напої	Без ПДВ	0,300 кг	10,80 ₴	89,00 ₴	71

Внутрішній функціонал середовища Poster (<https://joinposter.com/>)

Столи Чек Клієнт Чек №44000 Стіл 2

Найменування	К-сть	Ціна	Загалом
ГІСТЬ 1			
Яешня Курець, Шинка, Яешня	1	188,00	188,00

Всі товари Сніданки з 10:00 до 14:00



Організація харчування гостей в середовищі Poster (<https://joinposter.com/>)

Ознайомитися з можливостями AI-рішень у готельно-ресторанному бізнесі:

- чат-боти для бронювання та обслуговування клієнтів;
- системи персоналізації послуг (рекомендації номерів, страв);
- сервісні роботи для автоматизації обслуговування.

Проаналізувати переваги використання автоматизованих систем та AI у готельно-ресторанному бізнесі:

- підвищення швидкості та якості обслуговування;
- зменшення ризику людських помилок;
- оптимізація управлінських процесів;
- підвищення задоволеності клієнтів.

Підготувати короткий звіт з практичної роботи, у якому описати виконані дії у Servio HMS та Poster, результати бронювань та замовлень, а також оцінку можливостей використання AI-рішень у готельно-ресторанному бізнесі.

Контрольні питання

Які функції виконують автоматизовані системи управління готелями та ресторанами?

Як Servio HMS допомагає організувати роботу персоналу та контроль бронювань?

Які ключові етапи обслуговування клієнта можна автоматизувати у Poster?

Які можливості надають AI-рішення для підвищення ефективності та якості обслуговування у готельно-ресторанному бізнесі?

Практичне заняття 10. Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR) у туризмі.

Аналіз існуючих VR-турів для готелів та туристичних об'єктів. Створення прототипів AR-додатків для музеїв, екскурсій чи готелів. Використання VR/AR для покращення досвіду туристів та просування напрямів.

Мета заняття – ознайомитись із можливостями VR та AR у туристичному бізнесі, навчитися аналізувати існуючі VR-тури та створювати прототипи AR-додатків, а також оцінювати ефективність їх використання для покращення туристичного досвіду та просування туристичних напрямів.

Методика практичного заняття

Ознайомитися з поняттям віртуальної (VR) та доповненої реальності (AR) у туризмі та їх роллю у розвитку туристичних послуг:

- підвищення залученості туристів;
- візуалізація туристичних об'єктів та послуг;
- використання для маркетингу та просування напрямів.



Застосування віртуальної та доповненої реальності (VR/AR) на туристичних об'єктах



Технологія віртуальної (VR) та доповненої реальності (AR) у туризмі

Проаналізувати існуючі VR-тури для готелів та туристичних об'єктів:

- ознайомитися з прикладами VR-турів онлайн або через VR-окуляри;
- оцінити якість візуалізації, інтерактивність та зручність користування;
- визначити переваги та обмеження VR-турів для просування туристичних

продуктів.

Практична робота зі створення прототипів AR-додатків для музеїв, екскурсій або готелів:

- розробити концепт AR-додатку (інформаційні шари, інтерактивні елементи);
- визначити, які дані або об'єкти будуть доповнені віртуальною інформацією;
- створити макет або прототип AR-додатку за допомогою простих інструментів (наприклад, Canva, Spark AR, AR.js, або інші доступні сервіси).

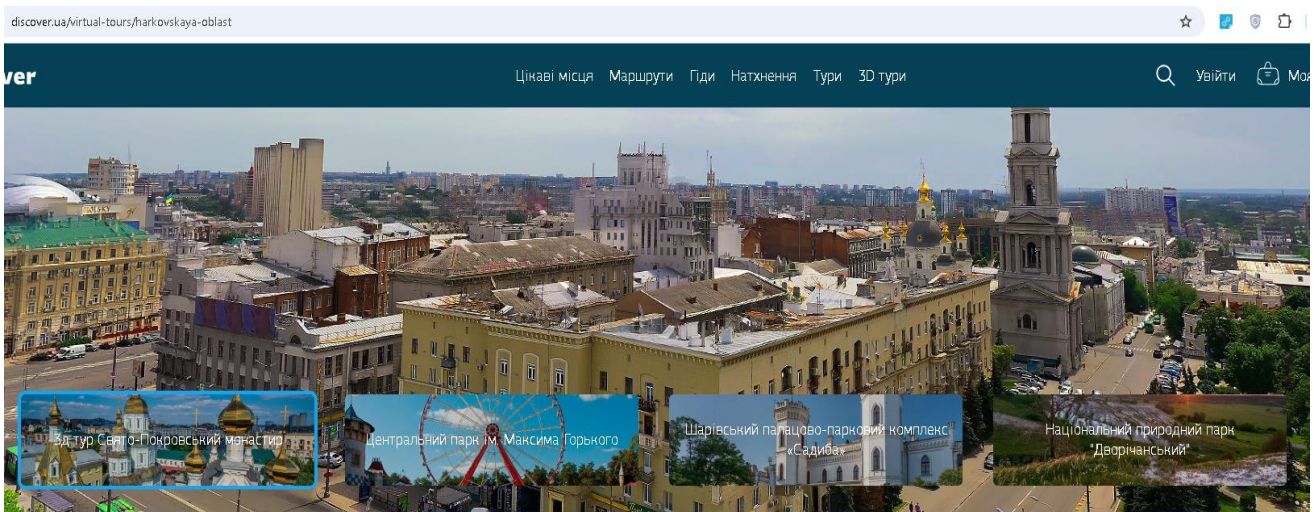
Проаналізувати використання VR/AR для покращення досвіду туристів:

- як технології допомагають зорієнтуватися на місцевості та оцінити туристичні об'єкти;
- можливості персоналізації досвіду туриста (інтерактивні гіді, віртуальні екскурсії);
- як VR/AR сприяють маркетингу та залученню нових клієнтів.



Приклади використання VR/AR у туризмі

Запропонувати ідею інтеграції VR/AR у діяльність туристичної компанії або готелю для покращення обслуговування та просування напрямів.



3D-тур м. Харків на платформі Discover.ua

<https://discover.ua/virtual-tours/harkovskaya-oblast>

Підготувати короткий звіт з практичної роботи, у якому описати виконаний аналіз VR-турів, створений прототип AR-додатку та потенційний ефект застосування VR/AR у туристичному бізнесі.

Контрольні питання

Які переваги використання VR та AR у туристичному бізнесі?

Як оцінювати ефективність існуючих VR-турів для готелів та туристичних об'єктів?

Які ключові елементи слід враховувати при створенні прототипу AR-додатку для туристичної компанії або музею?

Як VR/AR-технології можуть підвищити залученість клієнтів та ефективність маркетингових кампаній?

Практичне заняття 11. Технологія розподіленого реєстру та блокчейн у туризмі.

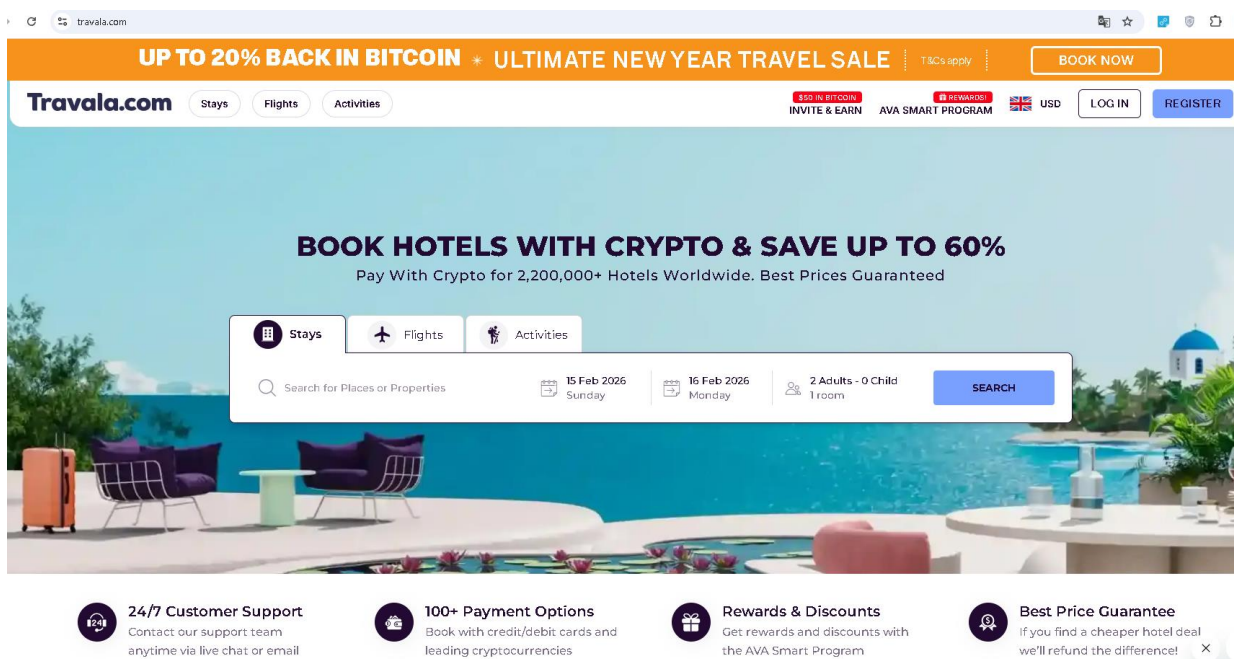
Аналіз кейсів використання блокчейну в бронюванні (LockTrip). Розробка концепції децентралізованої системи бронювання для туристичної компанії. Оцінка переваг і бар'єрів впровадження. Обговорення потенціалу DAOs для управління туристичними дестинаціями.

Мета заняття – ознайомитись із технологією розподіленого реєстру (блокчейн) та її застосуванням у туристичній сфері, навчитися аналізувати кейси використання блокчейну для бронювання, розробляти концепцію децентралізованої системи бронювання та оцінювати переваги і бар'єри впровадження, а також обговорювати потенціал DAOs для управління туристичними дестинаціями.

Методика практичного заняття

Ознайомитися з поняттям блокчейну та розподіленого реєстру:

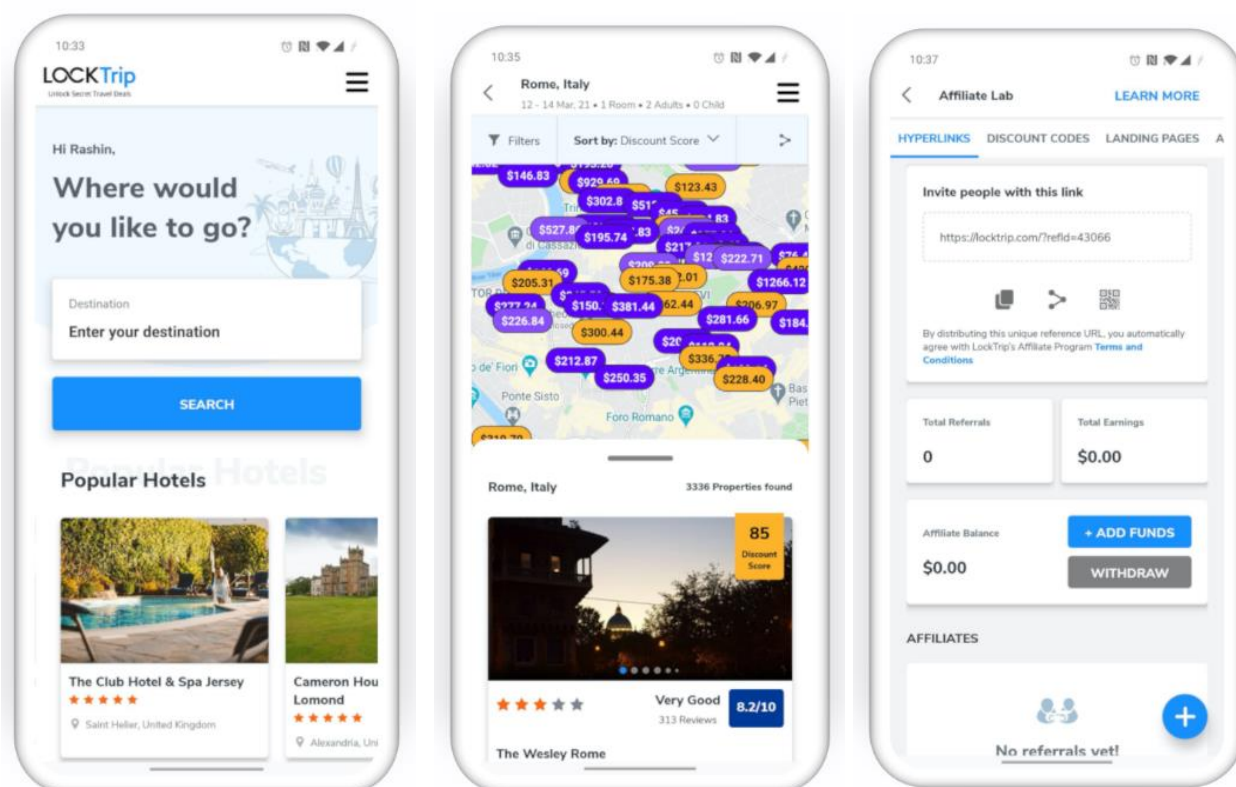
- принципи роботи технології;
- безпечне зберігання та передача даних;
- застосування у фінансових та нефінансових секторах, зокрема у туризмі.



Інтерфейс сайту Travalala.com (бронювання готелів та відпочинку), який дозволяє оплату криптовалютами й забезпечує прозорість бронювання

Проаналізувати кейси використання блокчейну в туристичній сфері на прикладі LockTrip та аналогічних платформ:

- вивчити механізм бронювання через децентралізовану платформу;
- оцінити переваги для туристів і компаній (зниження комісій, прозорість, безпека);
- визначити обмеження та ризики (регулювання, технологічна складність, масштабування).



Технологія розподіленого реєстру та блокчейн у туризмі

Розробити концепцію децентралізованої системи бронювання для умовної туристичної компанії:

- визначити ключові учасники системи (туристи, постачальники послуг, агенції);
- описати механізм взаємодії та обробки транзакцій;
- запропонувати алгоритм обліку бронювань та платежів.

Оцінити переваги та бар'єри впровадження блокчейн-рішень у туристичній компанії:

- переваги: прозорість, безпека, автоматизація процесів, скорочення комісій;
- бар'єри: високі технологічні вимоги, правове регулювання, необхідність навчання персоналу.

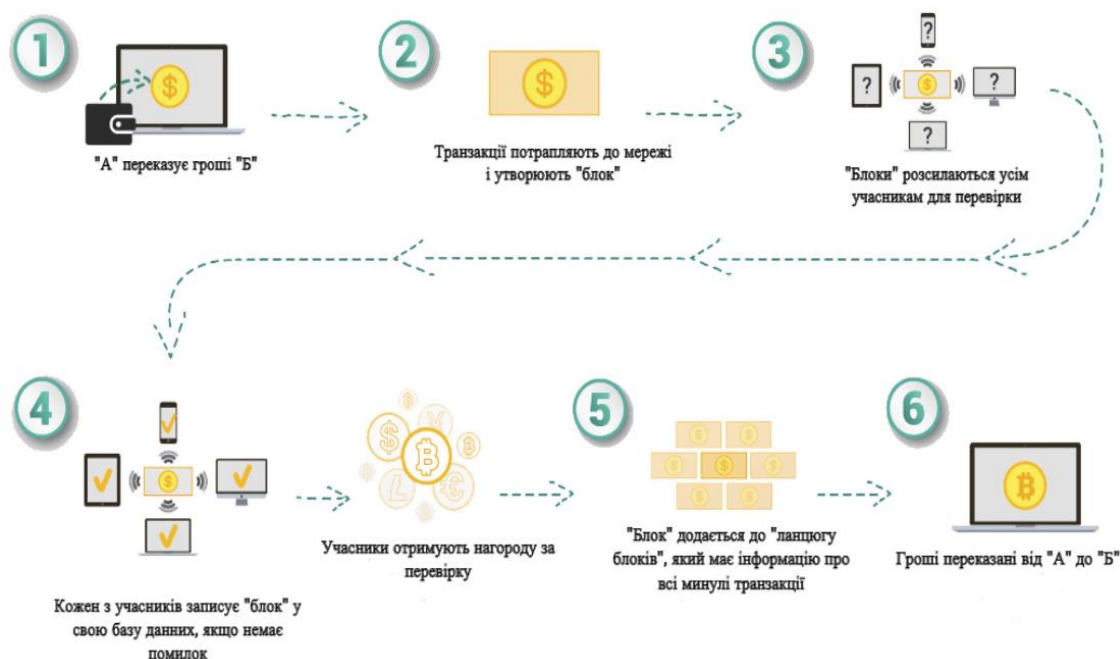


Схема принципу роботи блокчейну

(Джерело: <https://tinyurl.com/2766ojs9>)

Обговорити потенціал використання DAO (децентралізованих автономних організацій) для управління туристичними дестинаціями:

- колективне прийняття рішень;
- прозорість та контроль за фінансовими потоками;
- стимулювання локального розвитку туристичної інфраструктури.

Підготувати короткий звіт з практичної роботи, у якому описати аналіз кейсів, розроблену концепцію децентралізованої системи бронювання та оцінку можливостей застосування блокчейну та DAO у туристичному бізнесі.

Контрольні питання

Які переваги та обмеження використання блокчейну у туристичному бронюванні?

Як працює децентралізована система бронювання та хто є її основними учасниками?

Яким чином DAO можуть бути використані для управління туристичними дестинаціями?

Які основні бар'єри впровадження блокчейн-рішень у туристичних підприємствах?

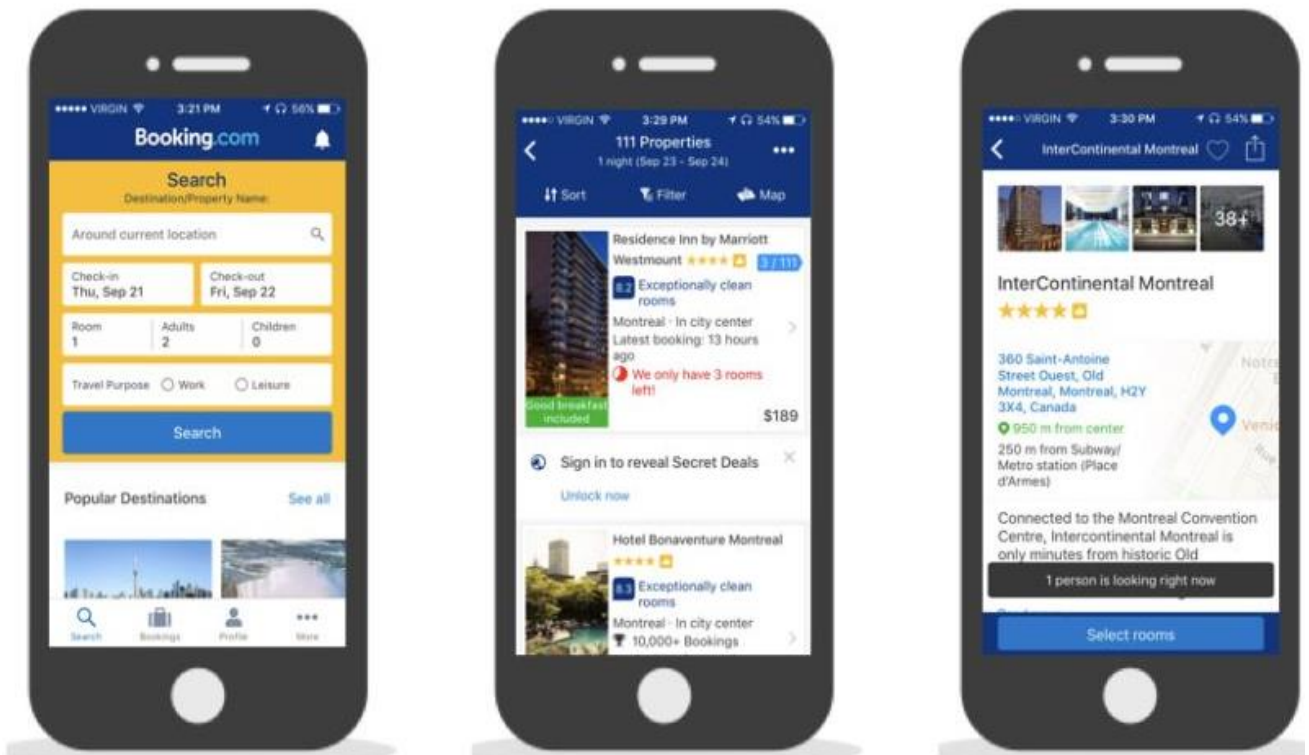
Практичне заняття 12. Мобільні технології та додатки в туризмі.

Тестування мобільних додатків туристичних брендів (Booking.com, Airbnb, TripAdvisor). Розробка прототипу мобільного додатку для гіда або готелю з функціями бронювання, інформації та геолокації. Використання push-повідомлень, мобільних ключів, мобільних платежів для покращення досвіду туристів.

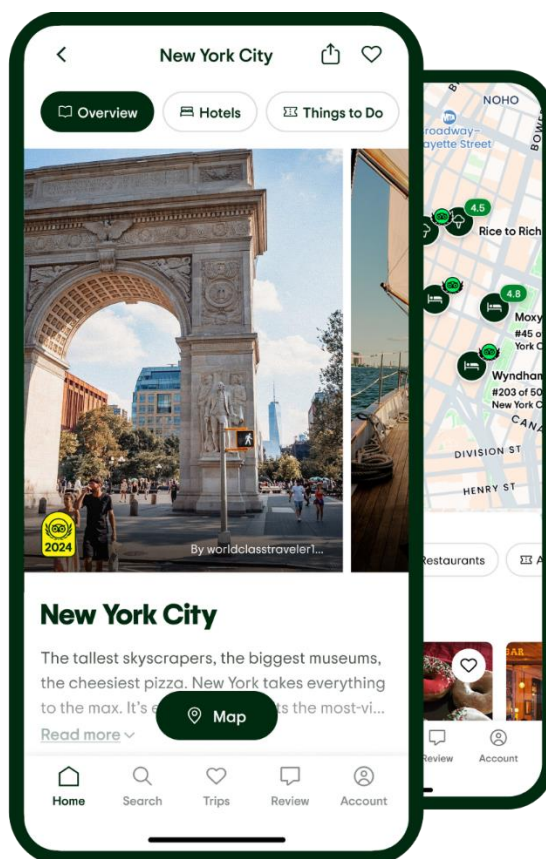
Мета заняття – ознайомитись із сучасними мобільними технологіями та додатками у туристичному бізнесі, навчитися тестувати функціональність популярних туристичних мобільних сервісів, розробляти прототипи мобільних додатків для гіда або готелю та використовувати push-повідомлення, мобільні ключі і платежі для покращення туристичного досвіду.

Методика практичного заняття

Ознайомитися з поняттям мобільних технологій у туризмі та їх роллю у підвищенні комфорту туристів та ефективності бізнесу.



Мобільний додаток Booking.com



Мобільний додаток TripAdvisor

Тестування мобільних додатків туристичних брендів:

- Booking.com, Airbnb, TripAdvisor – оцінити інтерфейс, зручність навігації, функції бронювання та отримання інформації;
- проаналізувати наявність інтегрованих сервісів: карти, відгуки, рекомендації, push-повідомлення;
- оцінити, як додатки впливають на взаємодію клієнта з туристичними послугами.

Розробка прототипу мобільного додатку для гіда або готелю:

- визначити ключові функції: бронювання, інформація про об'єкти, геолокація;
- створити макет інтерфейсу користувача (UI) за допомогою простих сервісів (Figma, Canva, Adobe XD або ін.);

– передбачити інтеграцію з картами, календарями, повідомленнями та системами оплати.

Ознайомитися з можливостями мобільних технологій для покращення туристичного досвіду:

- Push-повідомлення – нагадування про бронювання, пропозиції та акції;
- Мобільні ключі – доступ до номерів готелю без фізичного ключа;
- Мобільні платежі – швидка оплата послуг, безпечні транзакції.

Проаналізувати переваги мобільних додатків для туристичного бізнесу:

- підвищення оперативності та зручності обслуговування;
- збільшення лояльності та повторних продажів;
- можливості збору аналітики та персоналізації послуг.

Підготувати короткий звіт з практичної роботи, у якому описати результати тестування мобільних додатків, створений прототип додатку та оцінку ефективності використання мобільних технологій у туристичному бізнесі.

Контрольні питання

Які основні функції мобільних додатків у туристичному бізнесі?

Як push-повідомлення, мобільні ключі та мобільні платежі покращують досвід туристів?

Які етапи слід враховувати при розробці прототипу мобільного додатку для гіда або готелю?

Як мобільні технології впливають на лояльність клієнтів та ефективність туристичного підприємства?

Практичне заняття 13. Цифровий маркетинг та аналітика у туристичному бізнесі.

Розробка контент-планів для соціальних мереж туристичної компанії/готелю. Практична оцінка ефективності цифрових кампаній, SEO, SEM, KPI (CTR, CPC, CPA, ROI). Робота з Google Analytics, Google Data Studio та Tableau для візуалізації ключових показників туристичного бізнесу.

Мета заняття – ознайомитись із принципами цифрового маркетингу у туристичному бізнесі, навчитися розробляти контент-плани для соціальних мереж, оцінювати ефективність цифрових кампаній, працювати з основними KPI та використовувати аналітичні інструменти (Google Analytics, Google Data Studio, Tableau) для візуалізації та аналізу ключових показників туристичного бізнесу.

Методика практичного заняття

Ознайомитися з поняттям цифрового маркетингу у туризмі та його роллю у просуванні туристичних продуктів:

- залучення клієнтів через соціальні мережі та онлайн-канали;
- оптимізація маркетингових витрат;
- підвищення лояльності клієнтів та конверсій.

Розробка контент-планів для соціальних мереж туристичної компанії або готелю:

- визначити цільову аудиторію та цілі кампанії;
- скласти календар публікацій (теми, формати, час виходу);
- передбачити інтерактивні елементи: опитування, конкурси, відгуки клієнтів;
- підготувати приклади постів, банерів або відеоконтенту.

Практична оцінка ефективності цифрових кампаній:

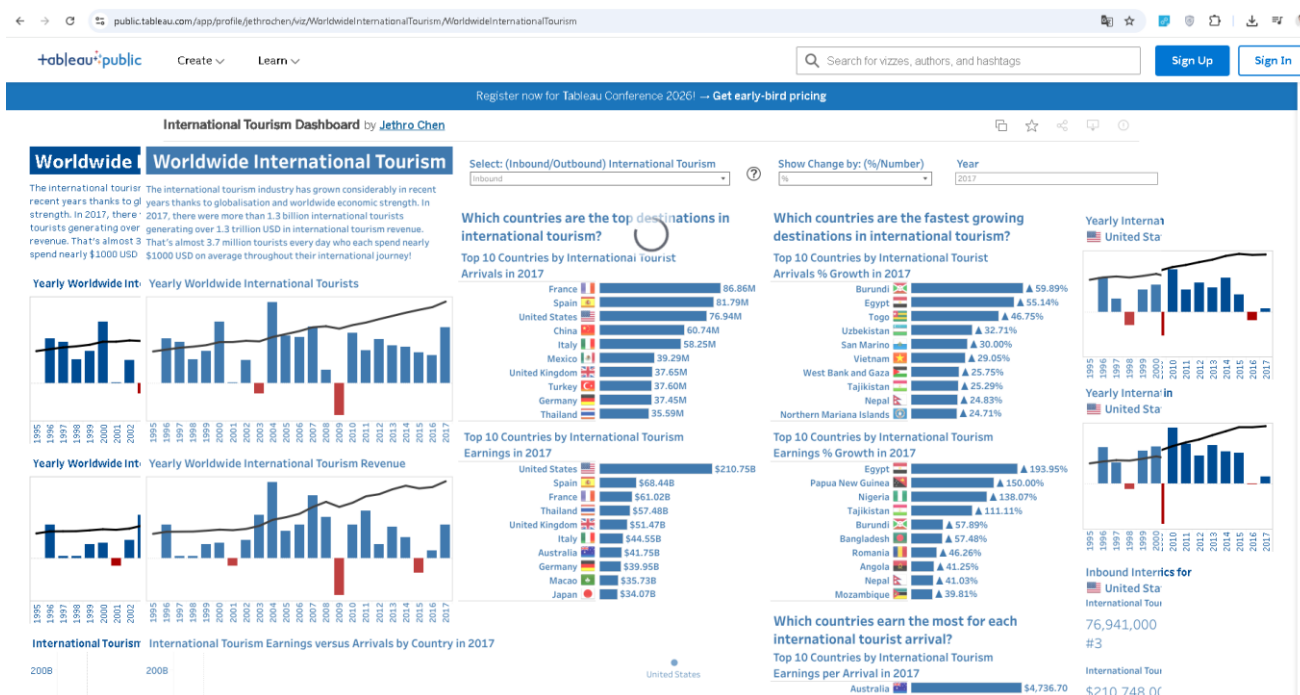
- основні KPI: CTR (Click-Through Rate), CPC (Cost Per Click), CPA (Cost Per Action), ROI (Return on Investment);
- аналіз SEO та SEM-кампаній для підвищення видимості туристичних продуктів;
- використання метрик для оптимізації рекламних витрат і підвищення конверсій.

Робота з аналітичними інструментами:

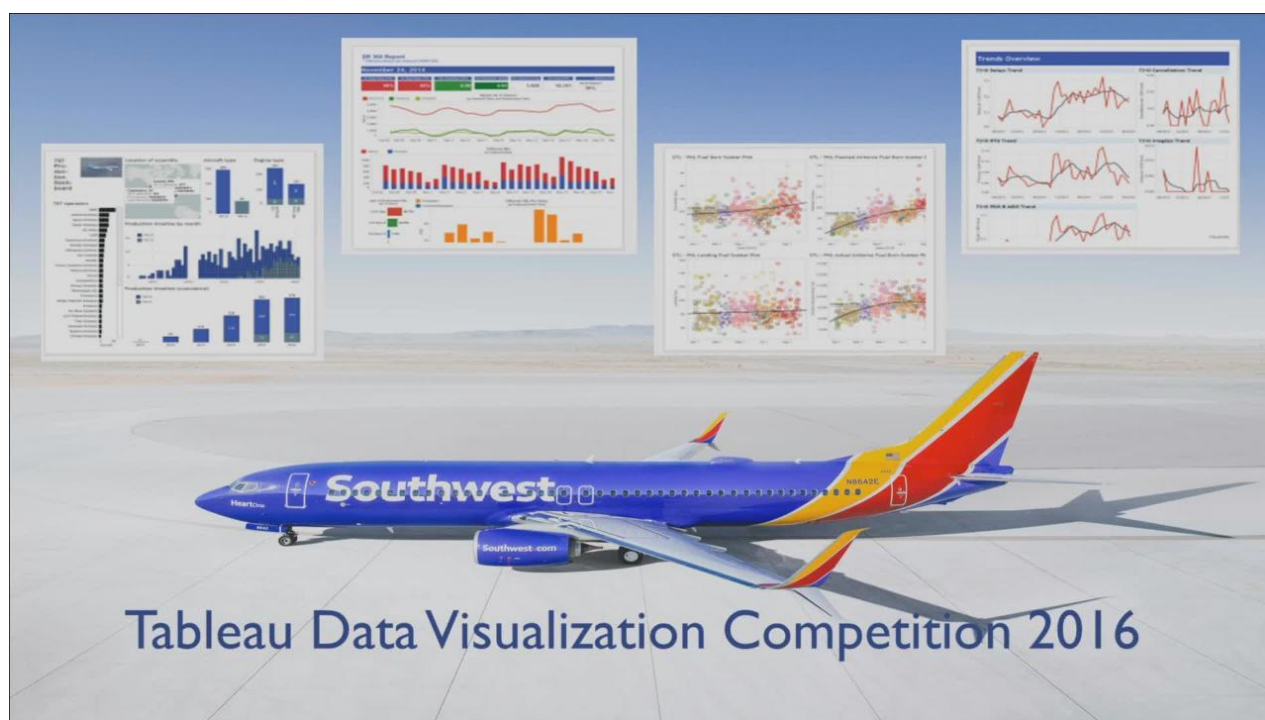
- Google Analytics – відстеження трафіку, поведінки користувачів, джерел трафіку та конверсій;
- Google Data Studio – створення інтерактивних дашбордів для візуалізації ключових показників;
- Tableau – побудова графіків та аналітичних панелей для бізнес-аналітики туристичної компанії.



Інтерфейс Google Data Studio



Дашборд Tableau (<https://public.tableau.com/>)



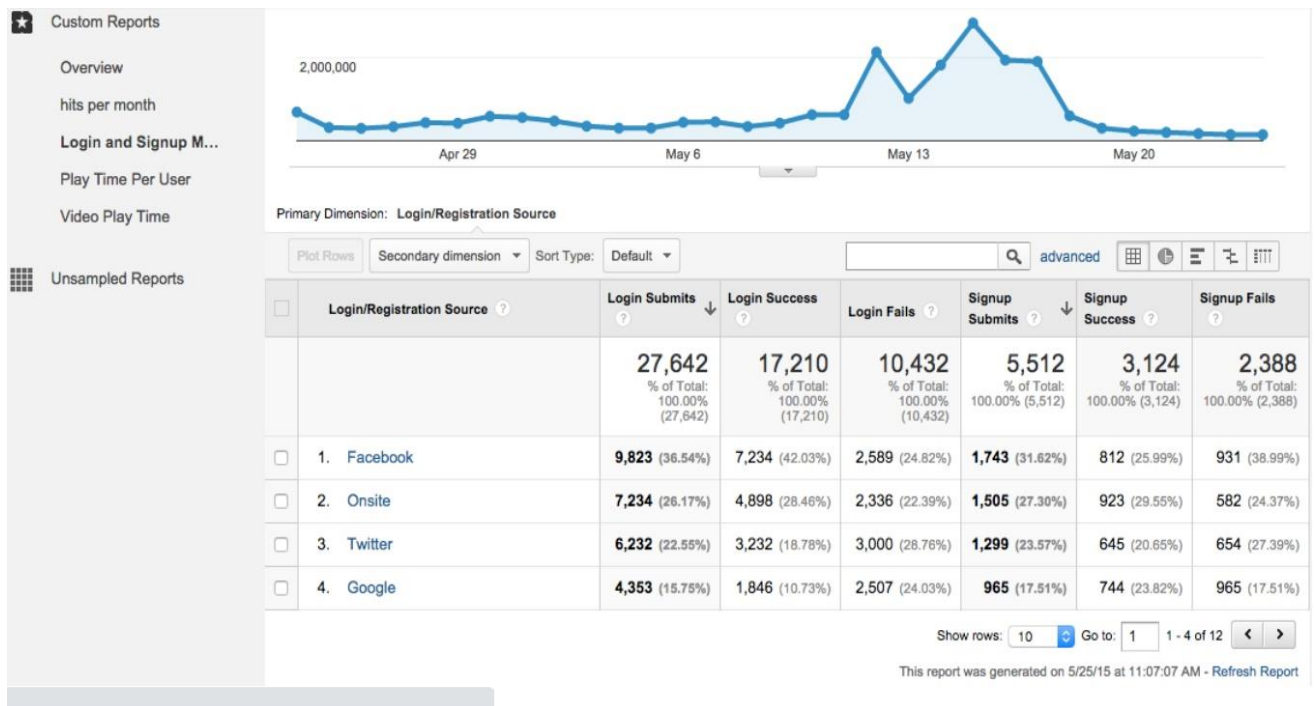
Можливості Tableau в аналітиці туристичних подорожей

Проаналізувати результати цифрових кампаній та надати рекомендації щодо покращення маркетингової стратегії:

– оптимізація контенту та каналів просування;

- коригування бюджету та таргетингу;
- підвищення ефективності продажів та залучення нових клієнтів.

Підготувати короткий звіт з практичної роботи, у якому описати створений контент-план, проведений аналіз KPI та результати візуалізації показників у Google Data Studio або Tableau.



Поради щодо Google Analytics для власників туристичного бізнесу

Контрольні питання

Які основні етапи розробки контент-плану для соціальних мереж туристичної компанії?

Які KPI використовуються для оцінки ефективності цифрових маркетингових кампаній?

Як аналітичні інструменти (Google Analytics, Google Data Studio, Tableau) допомагають приймати маркетингові рішення?

Як результати цифрового маркетингу впливають на продажі та залучення клієнтів у туристичному бізнесі?

ПИТАННЯ ДО САМОПЕРЕВІРКИ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ

Тема 1. Цифрова трансформація та провідні цифрові технології в туризмі

Що таке цифрова трансформація і яку роль вона відіграє у туристичному бізнесі?

Які провідні цифрові технології застосовуються в туризмі та гостинності?

Як цифрова трансформація пов'язана з бізнес-стратегією та конкурентними перевагами компанії?

Чим відрізняються основні фреймворки управління цифровою трансформацією і як їх можна застосовувати в індустрії гостинності?

Який потенційний вплив квантових обчислень та генеративного AI на майбутні етапи діджиталізації?

Тема 2. Інформаційні системи в туризмі

Які основні компоненти сучасної інформаційної системи для туризму (PMS, CRM, RMS, BI) і як вони інтегруються в єдину екосистему?

Що таке CDP (Customer Data Platform) і яку роль вона відіграє у створенні єдиного профілю гостя?

Які тенденції розвитку глобальних дистрибутивних систем (GDS) і який їхній вплив на дистрибуцію туристичних послуг?

Тема 3. Хмарні технології в індустрії гостинності

Які стандарти захисту даних застосовуються у хмарних сервісах для туризму та гостинності?

Які основні моделі безпеки та управління ризиками використовуються при роботі з хмарними рішеннями?

Які практичні стратегії хмарного впровадження можна застосовувати для малого і великого бізнесу?

Що таке безсерверні обчислення (Serverless, FaaS) і як вони можуть оптимізувати роботу у туристичній сфері?

Який вплив хмарних технологій на швидкість інновацій та вихід нових цифрових сервісів?

Тема 4. Бізнес-аналітика та прийняття рішень на основі Big Data

У чому різниця між предиктивною та прескриптивною аналітикою в туризмі?

Як розраховується Customer Lifetime Value (LTV) і чому цей показник важливий для туристичних компаній?

Що таке Data Governance і Data Quality, і чому їхнє дотримання важливе?

Які етичні та конфіденційні аспекти слід враховувати при роботі з великими даними?

Тема 5. Інтернет речей (IoT) та інтегровані послуги в туризмі

Які ключові елементи IoT-рішень у «розумних готелях» і «розумних курортах»?

Як IoT використовується для сталого розвитку і оптимізації ресурсів?

Які кіберризики характерні для IoT-пристроїв у гостинності і як їх мінімізувати?

Як можна інтегрувати IoT із AI та блокчейном для створення інтелектуальних гостьових просторів?

Тема 6. Штучний інтелект (AI) в індустрії гостинності

Які можливості сучасних AI-платформ у туризмі та гостинності?

Як генеративний AI може використовуватися для створення контенту та персоналізації комунікацій?

Які етичні дилеми виникають при використанні AI у сфері обслуговування клієнтів?

Як AI може замінювати або доповнювати людську взаємодію з гостями?

Тема 7. Віртуальна та доповнена реальність (VR/AR) в туризмі та гостинності

У чому особливості технологій VR та AR у туризмі і гостинності?

Як WebAR дозволяє забезпечити доступність AR-контенту без встановлення додатків?

Які можливості VR/AR для навчання персоналу та оцінки компетенцій?

Як VR/AR можна використовувати для проведення гібридних та віртуальних MICE-заходів?

Який потенційний вплив метавсесвітів на туристичний досвід у майбутньому?

Тема 8. Блокчейн та технологія розподіленого реєстру в туризмі

Які способи застосування блокчейну у туризмі окрім бронювання?

Як смарт-контракти можуть автоматизувати міжпартнерські розрахунки та страхування?

Що таке NFT і як їх можна використовувати для програм лояльності та цифрових активів у туризмі?

Що таке DAO і яку роль вони можуть відігравати у керуванні туристичними дестинаціями?

Тема 9. Мобільні технології та додатки в туризмі

Які безконтактні технології (NFC, UWB, мобільні ключі, цифрові гаманці) застосовуються у туризмі і для чого?

Що таке Seamless Journey і як мобільні технології його забезпечують?

Які принципи App Store Optimization (ASO) застосовують для туристичних додатків?

Як мобільні технології можуть підвищити доступність туризму для людей з обмеженими можливостями?

Тема 10. Цифровий маркетинг у туризмі

Що таке маркетингова автоматизація (MAP) і як вона підтримує управління клієнтським шляхом?

Як нейромаркетинг і біометрія допомагають оцінювати ефективність рекламних матеріалів?

Які основні принципи наскрізного управління клієнтським досвідом у туризмі?

Тема 11. Управління репутацією та відгуками в цифровому середовищі

Яку роль відіграє користувацький контент (UGC) у формуванні репутації туристичних компаній?

Як аналіз тональності (Sentiment Analysis) та тематичне моделювання (Topic Modeling) допомагають оцінювати відгуки і соцмережі?

Які стратегії проактивного управління репутацією можна застосовувати у туристичному бізнесі?

Як оцінюється ефективність інструментів управління онлайн-репутацією (ORM tools)?

Тема 12. Основні тенденції трансформації індустрії туризму та гостинності в цифрову епоху

Які перспективні технології найбільше впливають на трансформацію туристичного бізнесу?

Як Web3 і метавсесвіти можуть змінити взаємодію з клієнтами та туристичні продукти?

Яким чином автоматизація та AI трансформують професії в індустрії туризму та гостинності?

Які нові ролі та навички будуть актуальні у цифрову епоху для працівників туристичного бізнесу?

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ НА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТТЯХ

«Відмінно» (A) – 90-100 балів. Студент має глибокі знання з тем практичних занять. Відповіді/доповіді змістовні, ґрунтовні та відповідають вимогам. При підготовці до заняття студент використовував творчий підхід, не обмежуючись тільки матеріалами навчального посібника або лекції. Під час практичного заняття студент активно приймає участь в дискусіях та доповнює відповіді інших. Протягом відповіді активно використовує приклади для кращого розуміння матеріалу. Під час заняття вдало поєднує теоретичні знання та практичні вміння з даної дисципліни. Приймає активну участь у розв'язанні практичних завдань та тестів.

«Добре» (B) – 82-89 балів. Студент має міцні ґрунтовні знання. Відповіді/доповіді змістовні та відповідають вимогам. При підготовці до заняття студент не обмежується тільки матеріалами лекції. Під час практичного заняття студент приймає участь при обговоренні поставленого питання. Протягом відповіді може використати приклади для кращого розуміння матеріалу. Проте існують незначні помилки при намаганні застосувати отримані знання в практичній діяльності.

«Добре» (C) – 75-81 бал. Студент знає програмний матеріал повністю. Відповіді вірні/доповідь відповідає вимогам. Студент своєчасно готується до заняття. Під час заняття студент відповідає на поставлені запитання. Проте існують проблеми з застосуванням прикладів. Існують певні помилки в трактуванні поставленого питання, не вміє самостійно та творчо мислити, не може вийти за межі теми.

«Задовільно» (D) – 64-74 балів. Студент знає тему заняття, має уявлення про навчальний матеріал, але його знання мають загальний характер. Вміє відповідати на окремі поставлені запитання. При обговоренні інших питань практичного заняття не приймає активної участі.

«Задовільно» (E) – 60-63 балів. Студент знає основну тему заняття, має уявлення про поставлене питання, але його знання мають загальний характер. Відповіді базуються лише тільки на лекційному курсі. Має певні прогалини в інших темах, на яких базується матеріал практичного заняття.

«Незадовільно» (FX) – 35-59 балів. Студент має фрагментарні знання, не володіє програмним матеріалом. Відповіді на всі поставлені запитання не повні або взагалі відсутні. При відповіді часто зупиняється і не може додатково відповідати на запитання.

«Незадовільно» (F) – 1-34 бали. Студент повністю не знає програмного матеріалу, не працює в аудиторії, не готовий відповідати на будь-яке запитання з теми практичного заняття.

Додаткові бали з дисципліни можна отримати за активну участь в студентській науковій роботі, що підтверджено сертифікатами участі в наукових заходах та опублікованими науковими працями.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Базова література:

1. Андрейчук Ю., Мальська М., Дмитрук Р. Інформаційні технології в туризмі, рекреації та готельно-ресторанному бізнесі : навч. посібник. Київ : вид-во «Каравела», 2025. 284 с. URL: <https://tinyurl.com/2xpvtms>
2. Скопень М. М. Основи інформаційних систем і технологій (Готельно-ресторанний та туристичний бізнес) : підручник / М. М. Скопень, М. К. Сукач. 2-ге вид. (випр. та допов.). Київ : ЦП Компринт, 2020. 503 с. URL: <https://tinyurl.com/scopen2020>
3. Якименко-Терещенко Н. В., Чайка Т. Ю., Яріко М. О. Квест-екскурсії з віртуальним гідом як інноваційні події продукти індустрії туризму та гостинності. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2023. Т. 1. № 7. С. 42-47. [https://doi.org/10.32782/2708-4949.1\(7\).2023.8](https://doi.org/10.32782/2708-4949.1(7).2023.8). URI: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/64131>
4. Носирев О.О. Інформаційні технології та автоматизація процесів управління підприємствами індустрії гостинності (розділ 7). Готельно-ресторанна справа : бакалаврський курс: навч. посібн. для студентів спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» першого (бакалаврського) рівня освіти усіх форм навчання / колектив авторів ; за ред. проф. Н. В. Якименко-Терещенко ; НТУ «ХП». Ч.1. Харків, 2022. С. 332-372. URL: <https://tinyurl.com/posibnikGRS>
5. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М.. Інформаційні системи і технології в готельно–ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. К. : Ліра, 2018. 764 с. URL: <https://lira-k.com.ua/preview/12212.pdf>
6. Скопень М., Сукач М., Будя О. Інформаційні системи і технології: сфера гостинності : монографія. Київ : Ямчинський О. В. [вид.], 2022. 348 с. URL: <https://tinyurl.com/scopen-mono-2022>
7. Гудзовата О., Тучковська І. Інформаційні технології та системи індустрії гостинності : підручник. Львів : БОНА, 2018. 347 с.
8. Інформаційні системи та технології. Практикум : навч. посіб. / [уклад.: І. В. Артищук, В. І. Бабич] ; Центр. спілка спожив. т-в України, Львів. торг.-екон. ун-т. Львів : Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту, 2020. 255 с. URL: <https://tinyurl.com/istgrb>
9. Якименко-Терещенко Н. В., Чайка Т. Ю., Маслюк Ю. В. Віртуальні гідів в гастрономічному туризмі: перспективи розробки та впровадження. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2024. №11. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-03-05>. URI: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/74576>
10. Devadze A., Yakymenko-Tereshchenko N., Chaika T. The impact of interactive hotel mapping technology on business processes in the hospitality industry. *Economy and society*. 2024. № 63. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-26>
11. Туризм і рекреація : бакалаврський курс: навч. посібн. для студентів спеціальності 242 «Туризм і рекреація» першого (бакалаврського) рівня освіти усіх форм навчання. Частина 1. / за ред. проф. Н. В. Якименко-Терещенко. – Харків: Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». 2023. 573 с. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/74884>
12. Носирев О. О. Конкурентоспроможність та інноваційний розвиток підприємств готельно-ресторанного і туристичного бізнесу. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2022. № 11-12. С. 110–122. DOI: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2022-11-12-300-301-110-122>
13. Носирев О. О. Стратегічні орієнтири розвитку підприємств готельно-ресторанного та туристичного бізнесу. *Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. праць*. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2022. № 3-4 (82-83). С. 152–166. DOI: [https://doi.org/10.33987/vsed.3-4\(82-83\).2022.152-166](https://doi.org/10.33987/vsed.3-4(82-83).2022.152-166)
14. Носирев О. О. Вектори розвитку готельно-ресторанного і туристичного бізнесу в умовах трансформаційних процесів. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2023. № 1. С. 3-16. <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2023/23nooutp.pdf>

15. Ritter Th., Pedersen C. Digitization capability and the digitalization of business models in business-to-business firms: Past, present, and future. *Industrial Marketing Management*. 2020. Vol. 86. P. 180-190. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.11.019>

Додаткова література:

16. Краус К. М., Краус Н. М., Манжура О. В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.

17. Войнаренко М.П., Кузьміна О.М., Янчук Т.В.. Інформаційні системи і технології в управлінні організацією: навч. посіб. для студентів ВНЗ. Вінниця : Едельвейс і К, 2015. 496 с.

18. Нестеренко О.В. Інформаційні системи управління підприємствами : навч. посіб. ; Укр. наук. центр розвитку інформ. технологій (УкрНЦ РІТ), ВНЗ «Нац. акад. упр». Київ : УкрНЦ РІТ, 2019. 134 с. URL: <https://tinyurl.com/nesterenko-posib>

19. Чайка Т. Ю., Бондарук Р. О., Васильєв Д. К. Доповнена реальність і ресторанне меню. *Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України* : матеріали 1-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 14-15 листопада 2023 р. Харків: НТУ «ХПІ», 2023. С. 299-301. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71550>

20. Чайка Т. Ю. Віртуальна та доповнена реальність в екскурсійному обслуговуванні. Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики: матеріали 4-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 15 квітня 2025 р. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2025. С. 351-359. URI: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/91121>

21. Чайка Т. Ю., Чернат А. А. Квест-екскурсії з віртуальним гідом як ІТ-продукт. *Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації*: тези доповідей X Міжнародної науково-практичної конференції 6-7 квітня 2023 р. Київ: КНУКіМ, 2023. С. 392-395. URL: <https://fgritb.knukim.edu.ua/home/konferencii.html> URI: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/67023>

22. Чайка Т. Ю., Шевцов Т. М., Путятіна С. Б. Формування нових екскурсійних продуктів на основі використання технологій віртуальної та доповненої реальності. *Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України* : матеріали 1-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 14-15 листопада 2023 р. Харків: НТУ «ХПІ», 2023. С. 302-306. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71551>

23. Чайка Т. Ю. Digital-технології в індустрії гостинності. *Готельно-ресторанна справа: бакалаврський курс. Частина 1*: навч. посіб. / за ред. Н. В. Якименко-Терещенко. Харків: НТУ «ХПІ», 2022. С. 501-544. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/59741>

24. Bloomberg J. Digitization, Digitalization, And Digital Transformation: Confuse Them At Your Peril. *Forbes*. 2018. 29 apr. URL : <https://www.forbes.com/sites/jasonbloomberg/2018/04/29/digitization-digitalization-and-digital-transformation-confuse-them-at-your-peril/?sh=1b7f46732f2c>

25. Zhu, J., Wang, Y., Cheng, M. (2021). Digital Transformation in the Hospitality Industry. *Boston Hospitality Review*, 10. URL: https://www.bu.edu/bhr/files/2021/10/BHR_Zhu-et-al_Digital-Transformation_OCT.21.docx.pdf

26. Chaika T. IT-aggregators of tourism products in the structure of the tourism services market. *Technologies of scientists and implementation of modern methods*: Proceedings of the XXIV International Scientific and Practical Conference, June 18-21, 2024. Copenhagen, Denmark. <https://doi.org/10.46299/ISG.2024.1.24>

27. Chaika T., Klimenko E., Vasilenko A. The Online Ordering System as a Promising Application of Digital Technologies for Serving Customers Outside the Restaurant's Dining Area. *Промисловість та крафт для HoReCa в туризмі: досвід, проблеми, інновації*: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції 15-16 травня 2025 р. Київ: НУХТ, 2025. P. 170-173. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/90515>

28. Chaika T. Main capabilities and directions of activity of IT-aggregators of tourism products. *Science of XXI century: development, main theories and achievements*: Proceedings of the VI International

Scientific and Theoretical Conference, June 28, 2024. Helsinki, Republic of Finland.
<https://doi.org/10.36074/scientia-28.06.2024>

29. Носирев О.О. [Менеджмент та маркетинг трансферу туристичних технологій на основі інтрапренерства](#) / М. В. Маслак, І. В. Долина, О. О. Носирев, М. О. Попов, Є. Г. Приходько // Розроблення механізму комерціалізації інноваційної продукції / Монографія за ред. проф. Ілляшенка С. М. та Біловодської О. А. Суми : Триторія, 2019. С. 252–268. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/44989>

30. Носирев О.О. Сучасні тенденції маркетингу в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі (підрозділ 2.13). Маркетинг у підприємстві, біржовій діяльності та торгівлі в smartсуспільстві: управлінський, інноваційний та методичний виміри : колективна монографія / За наук. ред. І. В. Перезової. Львів: Видавець Кошовий Б.-П.О., 2023. С. 383–405. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7855215>

31. Носирев О. О. Інформаційні системи автоматизації бізнес-процесів готельно-туристичних підприємств. *Збірка матеріалів Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі»*. 02 листопада 2022 р. Харків: ДБУ. С. 350–351.

32. Носирев О. О. Програмне забезпечення Poster в підготовці фахівців індустрії гостинності. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, 05 листопада 2024 р.* Харків: Державний біотехнологічний ун-т. 2024. С. 467–468. URL: <https://tinyurl.com/tezy05112024>

33. Носирев О. О., Мастепанова Є. О., Комісарова Я. О. POS-система Poster в діяльності підприємств ресторанного бізнесу. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, 05 листопада 2024 р.* Харків: Державний біотехнологічний ун-т. 2024. С. 471–472. URL: <https://tinyurl.com/tezy05112024>

34. Носирев О. О., Загребенев Д. В. Servio Hotel в управлінні готельним бізнесом. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, 05 листопада 2024 р.* Харків: Державний біотехнологічний ун-т. 2024. С. 469–470.

35. Носирев О. О., Коваль К.А., Путятіна С.Б. Використання системи бронювання GTO в туристичному бізнесі. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, 05 листопада 2024 р.* Харків: Державний біотехнологічний ун-т. 2024. С. 365–367. URL: <https://tinyurl.com/tezy05112024>

Інформаційні ресурси в інтернеті:

1. Асоціація індустрії гостинності України <https://aigu.com.ua/association-members/>
2. Всесвітня туристична організація <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data>
3. Державна служба статистики України <https://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Державне агентство розвитку туризму України <https://www.tourism.gov.ua/>
5. Науково-технічна бібліотека НТУ «ХПІ» <https://library.kpi.kharkov.ua/>
6. Національна туристична організація України <https://nto.ua/>

Навчальне видання

Інформаційні та digital-технології в туризмі та гостинності

Методичні вказівки

**до практичних занять та організації самостійної роботи
для студентів спеціальності ІЗ «Туризм і рекреація»
першого (бакалаврського) рівня освіти усіх форм навчання**

Укладачі:

НОСИРЄВ Олександр Олександрович

ЧАЙКА Тетяна Юріївна

ЯКИМЕНКО-ТЕРЕЩЕНКО Наталія Василівна

Відповідальна за випуск проф. Н. В. Якименко-Терещенко

Роботу до видання рекомендувала доц. Н. М. Побережна

В авторській редакції

План 2026 р., поз. 35

Гарнітура Times New Roman.

Видавничий центр НТУ «ХП».

Свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 5478 від 21.08.2017 р.

61002, Харків, вул. Кирпичова, 2

Електронне видання