

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВЕТЕРИНАРНОЇ МЕДИЦИНИ ТА  
БІОТЕХНОЛОГІЙ ІМЕНІ С.З. ГЖИЦЬКОГО

---

Факультет землевпорядкування та інфраструктурного розвитку  
Кафедра туризму, рекреації та краєзнавства

**ПОГОДЖЕНО**

Гарант ОПП “Туризм і рекреація”

Оксана БЕРЕЗІВСЬКА *O. Ber*

(ім'я та прізвище, підпис)

25 серпня 2025 року

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

В.о. декана факультету землевпорядкування  
та інфраструктурного розвитку  
Павло КОЛОДІЙ

(ім'я та прізвище, підпис)

28 серпня 2025 року



**РОБОЧА ПРОГРАМА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА**

**ВКП 8 ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ**

(код і назва освітнього компонента)

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)  
(назва рівня вищої освіти)

галузь знань 24 Сфера обслуговування  
(шифр і назва галузі знань)

спеціальність 242 Туризм і рекреація  
(код і назва спеціальності)

освітня програма “Туризм і рекреація”

вид освітнього компонента за вибором  
(обов'язковий / за вибором)

Робоча програма Штучний інтелект у туристичному бізнесі  
(назва освітнього компонента)

Укладач: Оксана БЕРЕЗІВСЬКА, к.е.н., доцент, кафедри туризму, рекреації та краєзнавства  
(вказати укладачів, їхні посади, наукові ступені та вчені звання)

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри туризму, рекреації та краєзнавства  
(назва кафедри)

Протокол №1 від 25 серпня 2025 року

В.о. завідувача кафедри \_\_\_\_\_  Оксана КРУПА  
(ім'я та прізвище)

Погоджено навчально-методичною комісією спеціальності Туризм і рекреація  
(назва спеціальності)

Протокол № 1 від 27 серпня 2025 року

Голова НМКС \_\_\_\_\_  Оксана КРУПА  
(ім'я та прізвище)

Схвалено рішенням навчально-методичної ради факультету землевпорядкування та інфраструктурного розвитку  
(назва факультету)

Протокол №1 від 28 серпня 2025 року

Голова НМРФ \_\_\_\_\_  Павло КОЛОДІЙ  
(підпис) (ім'я та прізвище)

## 1. ОПИС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Найменування показників	Всього годин	
	денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
<b>Семестр</b>	<b>7</b>	<b>7</b>
<b>Кількість кредитів/годин</b>	3/90	3/90
<b>Усього годин аудиторної роботи</b>	42	10
в т.ч.:		
• лекційні заняття, год.	14	4
• практичні заняття, год.	28	6
• лабораторні заняття, год.	-	-
• семінарські заняття, год.	-	-
<b>Усього годин самостійної роботи</b>	48	80
<b>Форма контролю</b>	залік	залік

*Примітка.*

Частка аудиторного навчального часу здобувача у відсотковому вимірі:

для денної форми здобуття освіти – 46,7%

для заочної форми здобуття освіти – 11,1%

## 2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

**Метою освітнього компонента** «Штучний інтелект у туристичному бізнесі» є формування у здобувачів вищої освіти системних знань про сутність, принципи, інструменти та напрями застосування технологій штучного інтелекту в діяльності суб'єктів туристичного бізнесу, а також розвиток умінь аналізувати, добирати й обґрунтовано використовувати AI-рішення для персоналізації туристичних послуг, оптимізації бізнес-процесів, підтримки управлінських рішень, підвищення якості клієнтського досвіду, конкурентоспроможності та інноваційності туристичних підприємств з урахуванням етичних, правових, безпекових і соціально-економічних аспектів цифрової трансформації галузі.

**Завданнями освітнього компонента** «Штучний інтелект у туристичному бізнесі» є формування у здобувачів вищої освіти знань про теоретичні засади, категоріальний апарат і сучасні напрями розвитку штучного інтелекту в туристичній сфері; засвоєння особливостей використання даних як основи функціонування AI-систем у туристичному бізнесі; опанування підходів до застосування штучного інтелекту для персоналізації туристичних послуг, автоматизації комунікацій, маркетингу, продажів і сервісної взаємодії з клієнтами; набуття вмінь використовувати AI-інструменти для аналітики, прогнозування попиту, підтримки управлінських рішень і оптимізації бізнес-процесів туристичних підприємств; розвиток здатності оцінювати ефективність, доцільність і ризику впровадження AI-рішень у різних сегментах туристичного бізнесу; формування навичок критичного аналізу етичних, правових, безпекових і соціальних наслідків застосування штучного інтелекту в туризмі; оволодіння основами стратегічного планування впровадження AI-технологій у діяльність туристичних підприємств з урахуванням принципів інноваційності, відповідальності та сталого розвитку.

**Пререквізити:** Інформаційні та комунікаційні технології, Організація туризму, Правознавство та правове забезпечення, Основи наукових досліджень.

**Постреквізити:** Інноваційні технології у туризмі, Стандартизація та сертифікація туристичних послуг.

### Результати навчання

Відповідно до освітньо-професійної програми «Туризм і рекреація» вивчення освітнього компонента забезпечує набуття здобувачами таких компетентностей та програмних результатів навчання:

Інтегральна компетентність	<b>ІК.</b> Здатність комплексно розв'язувати складні професійні задачі та практичні проблеми у сфері туризму і рекреації як в процесі навчання, так і в процесі роботи, що передбачає застосування теорій і методів системи наук, які формують туризмознавство, і характеризуються комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності	<b>К08.</b> Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.
Фахові (спеціальні) компетентності	<b>К19.</b> Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів. <b>К24.</b> Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал.
Програмні результати навчання	<b>ПРО6.</b> Застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів. <b>ПРО9.</b> Організувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.

### 3. СТРУКТУРА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Назви тем	Кількість годин											
	денна форма здобуття освіти (ДФЗО)						заочна форма здобуття освіти (ЗФЗО)					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
Тема 1. Теоретичні засади штучного інтелекту в туристичному бізнесі	11	2	3			6	11	0,5	0,5			10
Тема 2. Дані як основа функціонування AI у туристичному бізнесі	11	2	4			5	11	0,5	1			9,5
Тема 3. Персоналізація туристичних послуг на основі штучного інтелекту	11	1	3			7	11	0,5	0,5			10
Тема 4. Штучний інтелект у маркетингу, продажах і комунікаціях туристичних підприємств	12	2	4			6	12	0,5	1			10,5
Тема 5. Операційне використання AI в управлінні туристичним підприємством	11	2	3			6	11	0,5	0,5			10
Тема 6. Аналітика, прогнозування та управлінські рішення на основі AI	11	2	4			5	11	0,5	1			9,5
Тема 7. Етичні, правові та безпекові аспекти використання штучного інтелекту в туризмі	11	1	3			7	11	0,5	0,5			10
Тема 8. Стратегія впровадження штучного інтелекту та майбутнє туристичного бізнесу	12	2	4			6	12	0,5	1			10,5
<b>Усього годин</b>	<b>90</b>	<b>14</b>	<b>28</b>			<b>48</b>	<b>90</b>	<b>4</b>	<b>6</b>			<b>80</b>

#### 4. ЛЕКЦІЙНІ ЗАНЯТТЯ

№ з/п	Назви тем та їх короткий зміст	Кількість годин	
		ДФЗО	ЗФЗО
1	<b>Теоретичні засади штучного інтелекту в туристичному бізнесі</b> Поняття штучного інтелекту: сутність, ознаки та відмінність від автоматизації й цифровізації. Основні види AI-технологій, що застосовуються у туризмі: машинне навчання, генеративний AI, комп'ютерний зір, обробка природної мови. Місце штучного інтелекту в системі управління туристичним бізнесом. Еволюція цифрових технологій у туризмі як передумова впровадження AI-рішень. Фактори, що стимулюють використання AI на туристичному ринку. Сучасні глобальні тенденції розвитку штучного інтелекту в туристичній сфері.	2	0,5
2	<b>Дані як основа функціонування AI у туристичному бізнесі</b> Дані в туристичному бізнесі: види, джерела та функції. Клієнтські, транзакційні, поведінкові та геопросторові дані в туристичній діяльності. Принципи збору, очищення, структурування та зберігання даних для AI-систем. Інтеграція даних із CRM, PMS, booking-систем, сайтів, застосунків і соціальних мереж. Якість даних як умова точності AI-моделей у туризмі. Ризики, пов'язані з неповнотою, викривленням і фрагментарністю туристичних даних.	2	0,5
3	<b>Персоналізація туристичних послуг на основі штучного інтелекту</b> Персоналізація як стратегічний напрям розвитку сучасного туристичного бізнесу. AI-рекомендаційні системи у формуванні індивідуалізованих туристичних пропозицій. Використання AI для сегментації туристів за поведінковими й ціннісними характеристиками. Динамічне налаштування туристичного продукту під профіль клієнта. Персоналізована комунікація з туристом на різних етапах. Обмеження персоналізації: приватність, нав'язливість і ризик втрати довіри споживача.	1	0,5
4	<b>Штучний інтелект у маркетингу, продажах і комунікаціях туристичних підприємств</b> AI у прогнозуванні попиту на туристичні продукти й послуги. Інтелектуальне ціноутворення та динамічне управління тарифами. AI-інструменти в цифровому маркетингу туристичних підприємств. Генеративний AI у створенні рекламних текстів, візуального контенту та комерційних пропозицій. Чат-боти, голосові-боти та віртуальні асистенти у продажах туристичних послуг. Оцінювання ефективності AI-рішень у маркетингу та каналах збуту.	2	0,5
5	<b>Операційне використання AI в управлінні туристичним підприємством</b> AI в автоматизації бізнес-процесів туристичних компаній. Застосування AI в управлінні бронюваннями, завантаженням і ресурсами. Інтелектуальна підтримка сервісних операцій у туроператорів, турагентів, готелів і транспортних сервісів. Прогнозування операційних ризиків і збоїв у туристичному обслуговуванні. AI у системі управління взаємодією з клієнтами після продажу. Показники результативності впровадження AI в операційну діяльність туристичного бізнесу.	2	0,5
6	<b>Аналітика, прогнозування та управлінські рішення на основі AI</b> Аналітичний потенціал AI у стратегічному управлінні туристичним бізнесом. Прогнозування поведінки споживачів туристичних послуг за допомогою AI. Використання AI для виявлення ринкових трендів і змін у споживчому попиті. Підтримка управлінських рішень на основі предиктивної аналітики. AI-моделі оцінювання лояльності, відтоку клієнтів і повторних покупок. Візуалізація аналітичних результатів для керівництва туристичного підприємства.	2	0,5
7	<b>Етичні, правові та безпекові аспекти використання штучного інтелекту в туризмі</b> Етичні виклики застосування AI у туристичному бізнесі. Захист персональних даних туристів у процесі використання AI-систем.	1	0,5

	Прозорість, пояснюваність і відповідальність при використанні AI-рішень. Алгоритмічні упередження та дискримінаційні ризики в туристичних сервісах. Регуляторні підходи до AI в європейському та міжнародному середовищі. Кібербезпека та управління цифровими ризиками в AI-екосистемі туристичного підприємства.		
8	<b>Стратегія впровадження штучного інтелекту та майбутнє туристичного бізнесу</b> Передумови та етапи впровадження AI на туристичному підприємстві. Оцінка готовності туристичного бізнесу до інтеграції AI-рішень. Формування AI-стратегії підприємства з урахуванням масштабу, ресурсів і ринкової позиції. Підготовка персоналу та розвиток AI-компетентностей у туристичному бізнесі. Штучний інтелект і сталий розвиток туризму: ресурсна ефективність, керування потоками, відповідальне споживання. Перспективні напрями розвитку AI у туристичному бізнесі та нові бізнес-моделі.	2	0,5
<b>Усього годин</b>		<b>14</b>	<b>4</b>

## 5. ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ

№ з/п	Назви тем та їх короткий зміст	Кількість годин	
		ДФЗО	ЗФЗО
1	<b>Теоретичні засади штучного інтелекту в туристичному бізнесі</b> Поняття штучного інтелекту: сутність, ознаки та відмінність від автоматизації й цифровізації. Основні види AI-технологій, що застосовуються у туризмі: машинне навчання, генеративний AI, комп'ютерний зір, обробка природної мови. Місце штучного інтелекту в системі управління туристичним бізнесом. Еволюція цифрових технологій у туризмі як передумова впровадження AI-рішень. Фактори, що стимулюють використання AI на туристичному ринку. Сучасні глобальні тенденції розвитку штучного інтелекту в туристичній сфері.	3	0,5
2	<b>Дані як основа функціонування AI у туристичному бізнесі</b> Дані в туристичному бізнесі: види, джерела та функції. Клієнтські, транзакційні, поведінкові та геопросторові дані в туристичній діяльності. Принципи збору, очищення, структурування та зберігання даних для AI-систем. Інтеграція даних із CRM, PMS, booking-систем, сайтів, застосунків і соціальних мереж. Якість даних як умова точності AI-моделей у туризмі. Ризики, пов'язані з неповнотою, викривленням і фрагментарністю туристичних даних.	4	1
3	<b>Персоналізація туристичних послуг на основі штучного інтелекту</b> Персоналізація як стратегічний напрям розвитку сучасного туристичного бізнесу. AI-рекомендаційні системи у формуванні індивідуалізованих туристичних пропозицій. Використання AI для сегментації туристів за поведінковими й ціннісними характеристиками. Динамічне налаштування туристичного продукту під профіль клієнта. Персоналізована комунікація з туристом на різних етапах. Обмеження персоналізації: приватність, нав'язливість і ризик втрати довіри споживача.	3	0,5
4	<b>Штучний інтелект у маркетингу, продажах і комунікаціях туристичних підприємств</b> AI у прогнозуванні попиту на туристичні продукти й послуги. Інтелектуальне ціноутворення та динамічне управління тарифами. AI-інструменти в цифровому маркетингу туристичних підприємств. Генеративний AI у створенні рекламних текстів, візуального контенту та комерційних пропозицій. Чат-боти, голосові-боти та віртуальні асистенти у продажах туристичних послуг. Оцінювання ефективності AI-рішень у маркетингу та каналах збуту.	4	1
5	<b>Операційне використання AI в управлінні туристичним підприємством</b> AI в автоматизації бізнес-процесів туристичних компаній. Застосування AI у управлінні бронюваннями, завантаженням і ресурсами. Інтелектуальна	3	0,5

	підтримка сервісних операцій у туроператорів, турагентів, готелів і транспортних сервісів. Прогнозування операційних ризиків і збоїв у туристичному обслуговуванні. AI у системі управління взаємодією з клієнтами після продажу. Показники результативності впровадження AI в операційну діяльність туристичного бізнесу.		
6	<b>Аналітика, прогнозування та управлінські рішення на основі AI</b> Аналітичний потенціал AI у стратегічному управлінні туристичним бізнесом. Прогнозування поведінки споживачів туристичних послуг за допомогою AI. Використання AI для виявлення ринкових трендів і змін у споживчому попиті. Підтримка управлінських рішень на основі предиктивної аналітики. AI-моделі оцінювання лояльності, відтоку клієнтів і повторних покупок. Візуалізація аналітичних результатів для керівництва туристичного підприємства..	4	1
7	<b>Етичні, правові та безпекові аспекти використання штучного інтелекту в туризмі</b> Етичні виклики застосування AI у туристичному бізнесі. Захист персональних даних туристів у процесі використання AI-систем. Прозорість, пояснюваність і відповідальність при використанні AI-рішень. Алгоритмічні упередження та дискримінаційні ризики в туристичних сервісах. Регуляторні підходи до AI в європейському та міжнародному середовищі. Кібербезпека та управління цифровими ризиками в AI-екосистемі туристичного підприємства.	3	0,5
8	<b>Стратегія впровадження штучного інтелекту та майбутнє туристичного бізнесу</b> Передумови та етапи впровадження AI на туристичному підприємстві. Оцінка готовності туристичного бізнесу до інтеграції AI-рішень. Формування AI-стратегії підприємства з урахуванням масштабу, ресурсів і ринкової позиції. Підготовка персоналу та розвиток AI-компетентностей у туристичному бізнесі. Штучний інтелект і сталий розвиток туризму: ресурсна ефективність, керування потоками, відповідальне споживання. Перспективні напрями розвитку AI у туристичному бізнесі та нові бізнес-моделі.	4	1
<b>Усього годин</b>		<b>28</b>	<b>6</b>

## 6. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Назви тем та їх короткий зміст	Кількість годин	
		ДФЗО	ЗФЗО
1	<b>Теоретичні засади штучного інтелекту в туристичному бізнесі</b> Історичні етапи розвитку штучного інтелекту та їх вплив на сферу послуг. Відмінності між цифровізацією, автоматизацією та інтелектуалізацією бізнес-процесів у туризмі. Основні світові тренди розвитку AI у туристичному бізнесі. Роль штучного інтелекту у формуванні інноваційної моделі туристичного підприємства.	2	3
2	<b>Дані як основа функціонування AI у туристичному бізнесі</b> Види туристичних даних та специфіка їх використання в різних сегментах туристичного ринку. Великі дані (Big Data) у туризмі: сутність, можливості та обмеження. Проблеми якості, актуальності та сумісності даних у туристичних інформаційних системах. Захист і збереження даних клієнтів у процесі цифрової обробки інформації.	2	3
3	<b>Персоналізація туристичних послуг на основі штучного інтелекту</b> Роль індивідуалізації сервісу в сучасному туристичному бізнесі. Поведінкові дані туриста як основа формування персоналізованої пропозиції. Використання AI для моделювання споживчих уподобань туристів. Межі допустимої персоналізації в туристичному обслуговуванні.	1	3

4	<b>Штучний інтелект у маркетингу, продажах і комунікаціях туристичних підприємств</b> Використання AI для автоматизації рекламних кампаній у туризмі. Інтелектуальні системи підтримки продажів туристичних продуктів. Роль чат-ботів і віртуальних асистентів у цифрових комунікаціях із туристами. AI-інструменти аналізу ефективності маркетингової діяльності туристичного підприємства.	2	3
5	<b>Операційне використання AI в управлінні туристичним підприємством</b> Можливості AI в автоматизації внутрішніх бізнес-процесів туристичних підприємств. Використання AI для управління бронюванням і клієнтськими запитами. Інтелектуальні системи підтримки сервісної якості в туристичному бізнесі. Вплив AI на продуктивність праці та організацію роботи персоналу.	2	3
6	<b>Аналітика, прогнозування та управлінські рішення на основі AI</b> Прогнозна аналітика у дослідженні попиту на туристичні послуги. Використання AI для аналізу ринкових змін і поведінки споживачів. Інтелектуальні системи в оцінюванні конкурентного середовища туристичного бізнесу. Значення аналітичних AI-платформ у стратегічному плануванні діяльності туристичного підприємства.	2	3
7	<b>Етичні, правові та безпекові аспекти використання штучного інтелекту в туризмі</b> Етичні межі застосування штучного інтелекту в роботі з туристами. Правові засади використання AI у сфері персональних даних і цифрового сервісу. Алгоритмічні ризики та проблема упередженості у прийнятті рішень. Кібербезпека туристичних підприємств в умовах використання AI-технологій.	1	3
8	<b>Стратегія впровадження штучного інтелекту та майбутнє туристичного бізнесу</b> Організаційні умови впровадження AI у діяльність туристичного підприємства. Оцінювання готовності персоналу до роботи з AI-рішеннями. Вплив штучного інтелекту на трансформацію професій у туристичному бізнесі. Перспективи розвитку AI як чинника інноваційності та сталого розвитку туризму.	2	3
Підготовка до навчальних занять та контрольних заходів		34	56
<b>Усього годин</b>		<b>48</b>	<b>80</b>

## 7. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

1. Словесні методи – лекція
2. Наочні методи - ілюстрація (слайди).
3. Практичні методи: вправи, практичні роботи, реферати.

Лекційні заняття обов'язково супроводжуються мультимедійною презентацією і відбуваються у таких формах: лекція-діалог (лекція-бесіда), лекція-візуалізація, лекція-дискусія, проблемна лекція, лекція із запланованими помилками тощо. Практичні та семінарські заняття відбуваються у таких формах: робота в групах, мозкова атака, презентація, ділова гра, семінар-дискусія і т.д.

## 8. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

1. Усне опитування (фронтальне, індивідуальне, комбіноване, детальний аналіз відповідей здобувачів).

**2. Письмова аудиторна та позааудиторна перевірка** (письмові відповіді на питання (контрольна робота, самостійна робота); виконання та оформлення схем, таблиць, діаграм; написання, есе, рефератів; підготовка презентацій; написання та опублікування статей, тез конференцій, доповідей круглих столів, семінарів).

**3. Практична перевірка** (проведення різних вимірів; здійснення, складання, налагодження, розробка документації; виконання практичної роботи; аналіз виробничої інформації; рішення професійних завдань; ділові ігри; написання, оформлення та захист звітів виробничої практики і т. д.).

**4. Стандартизований контроль** (тести).

**5. Самоконтроль** (самооцінка здобувачем якості засвоєного навчального матеріалу з освітнього компонента в цілому, змістовного модуля чи окремої теми на основі передбачених у робочих програмах або методичних рекомендаціях питань для самоконтролю).

**6. Самооцінка** (передбачає критичне ставлення здобувача до своїх здібностей і можливостей, об'єктивне оцінювання досягнутих результатів).

*Види контролю:* Поточний контроль та залік.

## **9. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

**Таблиця 1 - Загальні критерії поточного оцінювання знань  
здобувачів вищої освіти**

% від кількості балів, визначеної робочою програмою ОК на відповідну тему (визначає викладач)	Критерії оцінювання
90-100	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних/розрахункових завдань, використовуючи при цьому нормативну, обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішує усі розрахункові/тестові завдання. Здобувач здатен виділяти суттєві ознаки вивченого за допомогою операцій синтезу, аналізу, виявляти причинно-наслідкові зв'язки, формувати висновки і узагальнення, вільно оперувати фактами та відомостями.
74-89	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому нормативну та обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість розрахункових/тестових завдань. Здобувач здатен виділяти суттєві ознаки вивченого за допомогою операцій синтезу, аналізу, виявляти причинно-наслідкові зв'язки, у яких можуть бути окремі несуттєві помилки, формувати висновки і узагальнення, вільно оперувати фактами та відомостями.

60-73	В цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових розрахунків, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину розрахункових/тестових завдань. Здобувач має ускладнення під час виділення суттєвих ознак вивченого; під час виявлення причинно-наслідкових зв'язків і формулювання висновків.
0-59	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових розрахунків, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив окремі розрахункові/тестові завдання. Безсистемне відділення випадкових ознак вивченого; невміння робити найпростіші операції аналізу і синтезу; робити узагальнення, висновки.

**Таблиця 2 - Шкала оцінювання: національна та ECTS**

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, диференційованого заліку, курсового проєкту (роботи), практики, підсумкової атестації	для заліку
90–100	<b>A</b>	відмінно	зараховано
82–89	<b>B</b>	добре	
74–81	<b>C</b>		
64–73	<b>D</b>	задовільно	
60–63	<b>E</b>		
35–59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0–34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

**Таблиця 3 - Розподіл балів, які отримують здобувачі**

Поточне опитування (тестування) та самостійна робота								Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	100
12	13	12	13	12	13	12	13	балів

T1, T2 ... T8 – теми змістових модулів.

## 10. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Базова

1. Ковальчук М. Л., Ушенко Ю. О., Угрин Д. І. Методи та системи штучного інтелекту [Електронний ресурс] : навч. посіб. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 318 с.
2. Руденко О. Г., Безсонов О. О., Євсєєв С. П. [та ін.] Штучний інтелект. Нейромережева обробка інформації: архітектури, навчання, застосування

- [Електронний ресурс] : навч. посіб. у 2 ч. Ч. 1. Харків ; Львів : Новий Світ–2000, 2025. 426 с.
3. Терейковський І. А., Бушуєв Д. А., Терейковська Л. О. Штучні нейронні мережі: базові положення [Електронний ресурс] : навч. посіб. для здобувачів ступеня бакалавра / КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 123 с.
  4. Фратавчан В. Г., Фратавчан Т. М., Лукашів Т. О., Літвінчук Ю. А. Методи та системи штучного інтелекту [Електронний ресурс] : навч. посіб. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2023. 114 с.
  5. Poole D. L., Mackworth A. K. Artificial Intelligence: Foundations of Computational Agents. 3rd ed. Cambridge : Cambridge University Press, 2023. 898 p. DOI: 10.1017/9781009258227.
  6. Rahimi R., Stylos N., Navarro-López E. M., Pillai P. Artificial Intelligence (AI) in Tourism, Hospitality and Events: Revolutionising Experiences. Oxford : Goodfellow Publishers Ltd, 2025.
  7. Russell S., Norvig P. Artificial Intelligence: A Modern Approach. 4th ed. Harlow : Pearson, 2021. 1136 p.

#### Допоміжна

1. Березівська О.Й., Горішевський П.А., Богайчук В.О. Сучасні тренди та інновації у застосуванні цифрових технологій у готельно-ресторанному бізнесі. Економіка та суспільство. 2024. № 70. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-180>
2. Березівська О. Й., Стадник, М. Є. Використання систем штучного інтелекту для оцінювання поведінки споживача в готельно-ресторанному бізнесі. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління, 2025 № 17. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2025-17-12-02>
3. Кукліна Т. С., Цвілій С. М., Журавльова С. М. Використання штучного інтелекту в туристичному бізнесі. Вісник Херсонського національного технічного університету. 2025. № 1(92), ч. 2. С. 332–337. DOI: 10.35546/kntu2078-4481.2025.1.2.50.
4. Цвілій С. М., Жилко О. В., Зайцева В. М. Використання цифрових технологій в післявоєнному відновленні індустрії туризму. Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент». 2023. Вип. 3(95). С. 21–25. DOI: 10.32782/bsnau.2023.3.3.
5. Artificial Intelligence Adoption in Tourism: Key Considerations for Sector Stakeholders. Madrid : UN Tourism, 2025. 97 p. eISBN 978-92-844-2606-5.
6. Artificial Intelligence and tourism. Paris : OECD, 2024. 44 p.
7. Artificial Intelligence (AI) in Action: Use Cases & Impacts of AI in Society, Business and Travel & Tourism. London : World Travel & Tourism Council, 2024.
8. Bulchand-Gidumal J., Secin E. W., O'Connor P., Buhalis D. Artificial intelligence's impact on hospitality and tourism marketing: exploring key themes and addressing challenges. Current Issues in Tourism. 2024. Vol. 27, No. 14. P. 2345–2362. DOI: 10.1080/13683500.2023.2229480.

9. Florido-Benítez L., Martínez B. M. How Artificial Intelligence (AI) Is Powering New Tourism Products, Services, and Marketing to Enhance the Tourist Experience? *Electronics*. 2024. Vol. 13, No. 21. Article 4151. DOI: 10.3390/electronics13214151.
10. Ghesh N., Alexander M., Davis A. The artificial intelligence-enabled customer experience in tourism: a systematic literature review. *Tourism Review*. 2024. Vol. 79, No. 5. P. 1017–1037. DOI: 10.1108/TR-04-2023-0255.
11. Goel P., Kaushik N., Sivathanu B., Pillai R., Vikas J. Consumers' adoption of artificial intelligence and robotics in hospitality and tourism sector: literature review and future research agenda. *Tourism Review*. 2022. Vol. 77, No. 4. P. 1081–1096. DOI: 10.1108/TR-03-2021-0138.
12. Hall C. M., Cooper C. Making tourism smart in the age of artificial intelligence. *Current Issues in Tourism*. 2025. Vol. 28, No. 1. P. 1–5. DOI: 10.1080/13683500.2025.2460922.
13. Huang A. J., Öztürk A. B., Zhang T., Zhang T., de la Mora Velasco E., Haney A. Unpacking AI for hospitality and tourism services: exploring the role of perceived enjoyment on future use intentions. *International Journal of Hospitality Management*. 2024. Vol. 119. Article 103693. DOI: 10.1016/j.ijhm.2024.103693.
14. *Information and Communication Technologies in Tourism 2024: ENTER 2024 International eTourism Conference, Izmir, Türkiye, January 17–19* / ed. by K. Berezina, L. Nixon, A. Tuomi. Cham : Springer, 2024. DOI: 10.1007/978-3-031-58839-6.
15. *Information and Communication Technologies in Tourism 2025: Proceedings of the ENTER 2025 eTourism Conference, Wroclaw, Poland, February 17–21* / ed. by L. Nixon, A. Tuomi, P. O'Connor. Cham : Springer, 2025. DOI: 10.1007/978-3-031-83705-0.
16. *Introduction to Artificial Intelligence (AI) Technology: Guide for Travel & Tourism Leaders*. London : World Travel & Tourism Council, 2024.
17. Law R., Lin K. J., Ye H., Fong D. K. C. Artificial intelligence research in hospitality: a state-of-the-art review and future directions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2024. Vol. 36, No. 6. P. 2049–2068. DOI: 10.1108/IJCHM-02-2023-0189.
18. Regulation (EU) 2024/1689 of the European Parliament and of the Council of 13 June 2024 laying down harmonised rules on artificial intelligence (Artificial Intelligence Act). *Official Journal of the European Union*. 2024. OJ L, 2024/1689.
19. Shin H., Ryu J., Jo Y. Navigating artificial intelligence adoption in hospitality and tourism: managerial insights, workforce transformation, and a future research agenda. *International Journal of Hospitality Management*. 2025. Vol. 128. Article 104187. DOI: 10.1016/j.ijhm.2025.104187.
20. Sousa A. E., Cardoso P., Dias F. The Use of Artificial Intelligence Systems in Tourism and Hospitality: The Tourists' Perspective. *Administrative Sciences*. 2024. Vol. 14, No. 8. Article 165. DOI: 10.3390/admsci14080165.

21. The Role of Artificial Intelligence in the Tourism and Hospitality Sector / ed. by M. J. Jerez-Jerez, C. Sevilla-Sevilla, L. Aguiar-Castillo. London ; New York : Routledge, 2025. 392 p.

**Періодичні видання:**

1. Науковий журнал «Географія та туризм».
2. Журнал «Карпати. Туризм. Відпочинок».
3. Журнал «Міжнародний туризм».
4. Журнал «Український туризм».
5. Журнал «Туризм сільський зелений».
6. Журнал «Маркетинг в Україні».
7. Journal of Sustainable Tourism.
8. Journal of Hospitality and Tourism Research.
9. Tourism, Culture and Communication.

**11. Інформаційні ресурси**

1. Бібліотечно-інформаційні ресурси – книжковий фонд, періодика та фонди на електронних носіях бібліотеки ЛНУВМБ імені С. З. Гжицького, державних органів науково-технічної інформації, наукових, науково-технічних бібліотек та інших наукових бібліотек України:

– Наукова бібліотека Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького, м. Дубляни, вул. В. Великого, 1.

– Львівська наукова бібліотека ім. Стефаника НАН України, вул. Стефаника, 2; тел. 74-43-72.

– Львівська обласна наукова бібліотека, просп. Шевченка, 13; тел. 74-02-26.

– Наукова бібліотека ЛНУ ім. Франка, метод. Відділ, вул. Драгоманова, 17; тел. 296-42-41.

– Центральна міська бібліотека ім. Лесі Українки, вул. Мулярська, 2а; тел. 72-05-81.

2. Електронні інформаційні ресурси мережі інтернет:

1. Віртуальне навчальне середовище ЛНУВМБ імені С. З. Гжицького. URL: <https://moodle.lnup.edu.ua/>

2. Офіційний сайт Президента України. URL: <http://www.president.gov.ua/>

3. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <https://www.rada.gov.ua/>

4. Офіційний сайт Міністерства економіки, довілля та сільського господарства України. URL: <https://me.gov.ua/?lang=uk-UA>

5. Офіційний сайт Держстату України. URL: <https://stat.gov.ua/uk>

6. Офіційний сайт Головного управління статистики у Львівській області. URL: <http://www.lv.ukrstat.gov.ua/>

7. Офіційний сайт Журналу «Урядовий кур'єр». URL: <http://www.ukurier.gov.ua/>

8. Офіційний сайт Львівської національної бібліотеки України ім. В. Стефаника URL: <http://www.lsl.lviv.ua/>
9. Всесвітня рада з туризму та подорожей. URL: <https://www.wttc.org/>
10. Всесвітня туристична організація. URL: <https://www.untourism.int/>
11. Європейська туристична комісія. URL: <https://etc-corporate.org/>
12. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
13. Національна туристична організація України. URL: <https://nto.ua/>
14. Асоціація лідерів турбізнесу України (АЛТУ). URL: <http://altu.com.ua/Altu/About/>
15. Асоціація ділового туризму України. URL: <http://btaukraine.com>
16. Асоціація індустрії гостинності України. URL: <https://aigu.com.ua/>
17. Громадська спілка «Всеукраїнська асоціація гідів». URL: <https://uaguides.com/>
18. Громадська спілка «Асоціація сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму в Україні». URL: <https://foodtravel.com.ua/>
19. Спілка сільського зеленого туризму України. URL: <https://www.greentour.com.ua/history>
20. Українська асоціація медичного туризму. URL: <https://uamt.com.ua/UA/>
21. Львівська асоціація розвитку туризму. URL: <http://lart.lviv.ua/>
22. Туристична асоціація Івано-Франківщини. URL: <https://taif.org.ua/>
23. Громадська організація «Туристична асоціація Тернопілля». URL: <https://www.facebook.com/tatterno/>
24. Недержавна туристична організація у Великій Британії (АВТА – The Travel Association). URL: <https://www.abta.com/>
25. Американське товариство туристичних агентств (American Society of Travel Agents, ASTA). URL: <https://www.asta.org/>
26. Німецька асоціація туризму (DTV-Deutscher Tourismusverband). URL: <https://www.deutschertourismusverband.de/>
27. Японська асоціація туристичних агентств (JТА). URL: <https://www.mlit.go.jp/kankocho/en/about/index.html>
28. Асоціація турецьких туристичних агентств «TÜRSAB». URL: <https://www.tursab.org.tr/>