

**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**



ЗАТВЕРДЖЕНО

Гарант освітньо-професійної
програми «Туризм і рекреація»
першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти
к.е.н., доцент Оксана БЕРЕЗІВСЬКА

O. Bereziwska

**СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА
«CRM СИСТЕМИ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ»**

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ:

Рівень вищої освіти – Перший (бакалаврський) рівень

Ступінь вищої освіти – бакалавр

Галузь знань - 24 Сфера обслуговування

Спеціальність – 242 Туризм і рекреація

Освітньо-професійна програма – «Туризм і рекреація»

Кількість кредитів – 3

Рік підготовки – 4, семестр – 7

Компонент освітньо-професійної програми – вибірковий, загальний.

Дні занять – відповідно до розкладу занять.

Консультації – онлайн і офлайн відповідно до графіку консультацій кафедри.

Мова викладання – українська.

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА:



Березівська Оксана Йосипівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму, рекреації та краєзнавства

Контактна інформація:

Адреса: 80381, вул. В. Великого, 1,

м. Дубляни, Львівський район, Львівська область.

e-mail: berezivskaoj@lnup.edu.ua

Телефони: мобільний +38-067-800-78-31.

Читає освітні компоненти: Сервісологія, Технологія продажів у туризмі, Поведінка споживача, Туристичне країнознавство, Управління проектами в туризмі.

Викладачка з 25-річним досвідом, авторка та співавторка близько 180 наукових і навчально-методичних праць, з них 125 наукових та 50 навчально-методичного характеру, у тому числі 7 – у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз Scopus або Web of Science.

Основні напрями наукових досліджень: дослідження теоретичних, методичних та прикладних аспектів створення та ефективного функціонування підприємств індустрії гостинності та сфери туризму.

1. Анотація освітнього компонента.

Освітній компонент «CRM системи в туристичному бізнесі» спрямований на формування у здобувачів вищої освіти цілісного уявлення про сучасні підходи до управління взаємовідносинами з клієнтами в умовах цифровізації туристичної діяльності. У межах дисципліни розглядаються теоретичні засади CRM, особливості формування та ведення клієнтської бази, автоматизація продажів туристичних послуг, організація маркетингових комунікацій, розроблення програм лояльності, інтеграція CRM із цифровою інфраструктурою туристичного підприємства, а також аналітичні та стратегічні можливості CRM-систем.

Особлива увага приділяється практичному використанню CRM-технологій у діяльності туроператорів, турагентів, готельних та інших підприємств туристичної сфери. Освітній компонент орієнтований на розвиток умінь працювати з клієнтськими даними, сегментувати споживачів, персоналізувати туристичні пропозиції, оптимізувати комунікацію з клієнтами, оцінювати результативність взаємодії та приймати обґрунтовані управлінські рішення.

Вивчення дисципліни забезпечує поєднання теоретичної підготовки з практикоорієнтованим підходом і сприяє формуванню професійних компетентностей, необхідних для ефективного використання CRM-систем як інструмента підвищення якості обслуговування, зміцнення клієнтської лояльності та підвищення конкурентоспроможності туристичного бізнесу.

Освітній компонент «CRM системи в туристичному бізнесі» є вибірковим і належить до циклу загальної підготовки за освітньою програмою “Туризм і рекреація” спеціальності 242 Туризм і рекреація галузі знань 24 Сфера обслуговування, яка викладається в 7 семестрі в обсязі 3 кредити. Підсумковий контроль – залік.

2. Мета та завдання освітнього компонента.

Метою освітнього компонента «CRM системи в туристичному бізнесі» є формування у здобувачів вищої освіти системних теоретичних знань і практичних навичок щодо використання CRM-систем у діяльності туристичних підприємств для ефективного управління взаємовідносинами з клієнтами, автоматизації продажів, маркетингових комунікацій, сервісного супроводу, аналізу клієнтської поведінки та підвищення конкурентоспроможності суб'єктів туристичного бізнесу в умовах цифрової трансформації.

Завданнями освітнього компонента є засвоєння сутності, принципів і функціональних можливостей CRM-систем у туристичному бізнесі; вивчення особливостей формування, ведення та аналізу клієнтської бази туристичного підприємства; оволодіння підходами до автоматизації продажів, маркетингових комунікацій і сервісного обслуговування клієнтів за допомогою CRM-інструментів; формування вмій сегментувати клієнтів, персоналізувати туристичні пропозиції та розробляти програми лояльності; набуття практичних навичок інтеграції CRM із цифровими сервісами, системами бронювання та іншими інформаційними ресурсами туристичного підприємства; розвиток умінь аналізувати ефективність використання CRM-систем, оцінювати результативність клієнтської взаємодії та приймати обґрунтовані управлінські рішення в умовах цифровізації туристичного бізнесу.

3. Пререквізити: Інформаційні та комунікаційні технології, Організація туризму, Основи наукових досліджень, Сервісологія, Технологія продажів у туризмі.

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

5. Результати навчання

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

Інтегральна компетентність	ІК. 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	К08. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.
Фахові (спеціальні) компетентності	К19. Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів. К24. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал.
Програмні результати навчання	ПРО6. Застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів. ПРО9. Організувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.

6. Опис освітнього компонента

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

7. Дидактична карта 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 основи CRM у туристичному бізнесі	11	2	3			6	11	0,5	0,5			10
Тема 2. Клієнтська база та дані в CRM-системах туристичних підприємств	11	2	4			5	11	0,5	1			9,5
Тема 3. CRM у процесах продажу туристичних послуг	11	1	3			7	11	0,5	0,5			10
Тема 4. CRM у маркетинговій діяльності туристичного підприємства	12	2	4			6	12	0,5	1			10,5
Тема 5. CRM-системи лояльності та утримання клієнтів у туризмі	11	2	3			6	11	0,5	0,5			10
Тема 6. Інтеграція CRM з цифровою інфраструктурою туристичного підприємства	11	2	4			5	11	0,5	1			9,5
Тема 7. Впровадження та використання CRM-систем у туристичному бізнесі	11	1	3			7	11	0,5	0,5			10
Тема 8. Аналітика, автоматизація та стратегічний розвиток CRM у туризмі	12	2	4			6	12	0,5	1			10,5
Усього годин	90	14	28			48	90	4	6			80

8. Перелік соціальних, універсальних, “м’яких” навичок (soft skills)

- Клієнтоорієнтованість** – здатність розуміти потреби, очікування та поведінкові особливості туристів, будувати якісну комунікацію та підтримувати довготривалі взаємовідносини з клієнтами.
- Комунікативні навички** – уміння чітко, коректно й результативно взаємодіяти з клієнтами, колегами, партнерами та постачальниками послуг у процесі використання CRM-систем і супроводу туристичного продукту.
- Критичне мислення** – здатність аналізувати клієнтські дані, оцінювати ефективність комунікацій, виявляти проблеми у взаємодії з клієнтами та приймати обґрунтовані рішення.

4. **Аналітичне мислення** – уміння працювати з показниками CRM-систем, інтерпретувати результати продажів, сегментації, лояльності та поведінки споживачів для вдосконалення діяльності туристичного підприємства.
5. **Цифрова грамотність** – здатність ефективно використовувати цифрові інструменти, CRM-платформи, онлайн-сервіси, засоби автоматизації та аналітики у професійній діяльності.
6. **Адаптивність** – готовність швидко опанувати нові цифрові рішення, змінювати підходи до роботи з клієнтами та пристосовуватися до динамічних умов туристичного ринку.
7. **Організація часу** – уміння раціонально планувати робочі процеси, управляти клієнтськими зверненнями, контролювати етапи продажу та виконувати завдання в установлені терміни.
8. **Командна робота** – здатність ефективно співпрацювати з менеджерами, маркетингологами, адміністраторами, керівниками та іншими працівниками туристичного підприємства під час ведення клієнтської бази й реалізації CRM-стратегії.
9. **Відповідальність** – готовність дотримуватися стандартів роботи з клієнтськими даними, етичних норм професійної діяльності та вимог щодо конфіденційності інформації.
10. **Емоційний інтелект** – здатність розпізнавати емоційні стани клієнтів, адекватно реагувати на запити, скарги чи сумніви та підтримувати позитивний клієнтський досвід.
11. **Навички вирішення проблем** – уміння оперативно виявляти недоліки в обслуговуванні, знаходити способи поліпшення комунікації з клієнтами та усувати бар'єри в роботі CRM-системи.
12. **Ініціативність** – здатність пропонувати нові підходи до персоналізації послуг, удосконалення клієнтських комунікацій, автоматизації процесів і підвищення ефективності туристичного бізнесу.
13. **Стресостійкість** – уміння зберігати продуктивність і якість професійної діяльності в умовах багатозадачності, інтенсивної комунікації з клієнтами та змін у цифровому середовищі.
14. **Увага до деталей** – здатність точно працювати з клієнтською інформацією, коректно вести записи в CRM, контролювати історію взаємодії та уникати помилок у даних.
15. **Навички самонавчання** – готовність постійно оновлювати знання щодо CRM-технологій, цифрових інструментів, методів аналітики та сучасних тенденцій розвитку туристичного бізнесу.

Формат освітнього компонента – проведення лекцій і практичних занять та консультацій для кращого розуміння тем; виконання самостійної роботи здобувачами; проведення наукових досліджень та опублікування їх результатів (написання статей, тез конференцій, доповідей круглих столів і семінарів).

В карантинних умовах COVID-19 та воєнного стану в Україні допускається проведення лекцій і практичних занять у дистанційній формі з використанням платформ: Moodle, Microsoft Teams, Zoom, Skype, Viber.

9. Форми та методи навчання.

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.

Стейкхолдери, практики, представники туристичного бізнесу, фахівці, залучені до викладання освітніх компонентів.

До викладання освітнього компонента долучаються представники органів державної виконавчої влади в галузі туризму, державних та приватних туристичних підприємств, туристичних кластерів, операторів, національних парків, підприємств готельно-ресторанного бізнесу, за участю яких проводяться так звані гостьові або виїзні заняття.

Остаточна оцінка розраховується наступним чином:

Види оцінювання	Кількість балів
Тема 1. Теоретичні основи CRM у туристичному бізнесі	12
Тема 2. Клієнтська база та дані в CRM-системах туристичних підприємств	13
Тема 3. CRM у процесах продажу туристичних послуг	12
Тема 4. CRM у маркетинговій діяльності туристичного підприємства	13
Тема 5. CRM-системи лояльності та утримання клієнтів у туризмі	12
Тема 6. Інтеграція CRM з цифровою інфраструктурою туристичного підприємства	13
Тема 7. Впровадження та використання CRM-систем у туристичному бізнесі	12
Тема 8. Аналітика, автоматизація та стратегічний розвиток CRM у туризмі	13
Разом	100 балів

Підсумкова оцінка з освітнього компонента «CRM системи в туристичному бізнесі» виставляється за 100-бальною шкалою з наступним переведенням у національну шкалу та шкалу ЄКТС.

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	A	відмінно	зараховано
82–89	B	добре	
74–81	C		
64–73	D	задовільно	
60–63	E		
35–59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0–34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Окремі теми або освітній компонент можуть бути перезараховані на підставі результатів навчання за неформальною або інформальною освітою.

Методи контролю та оцінювання

1. Усне опитування (фронтальне, індивідуальне, детальний аналіз відповідей здобувачів).
 2. Письмова аудиторна та позааудиторна перевірка (письмове опитування, підготовка різних відповідей, рефератів, підготовка презентацій; написання та опублікування тез конференцій, доповідей круглих столів, семінарів, контрольні роботи (з конкретних питань тощо).
 3. Практична перевірка (проведення опитування, здійснення моделювання ситуацій, складання моделей, виконання практичного завдання, аналіз виробничої інформації і т. д.).
 4. Стандартизований контроль (тести).
 5. Самоконтроль (самооцінка здобувача вищої освіти якості засвоєного навчального матеріалу з освітнього компонента в цілому, змістовного модуля чи окремої теми на основі передбачених у 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.

10. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Основний

1. Бондаренко А. М., Приварський С. М. Інформаційні технології в туризмі : навч. посіб. Київ : Київський університет туризму, економіки і права, 2021. 300 с.
2. Гаврилов В. П. Інформаційні системи і технології в туризмі : навч. посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. 168 с.
3. Джинджоян В. В., Тесленко Т. В., Горб К. М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності : навч. посіб. Київ : Каравела, 2022. 340 с.
4. Мальська М. П., Мандюк Н. Л. Основи маркетингу у туризмі : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 336 с.
5. Скопень М. М., Сукач М. К., Будя О. П., Артеменко О. І., Хрущ Л. А. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі : підручник / за ред. М. К. Сукача, М. М. Скопеня. Київ : Ліра-К, 2016. 764 с.
6. Buttle F., Maklan S. Customer Relationship Management: Concepts and Technologies. 4th ed. London ; New York : Routledge, 2019. 468 p.
7. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing. 8th ed. Hoboken, NJ : Pearson, 2022. 560 p.
8. Kotler P., Bowen J. T., Baloglu S., Makens J. Marketing for Hospitality and Tourism. 8th ed. Harlow : Pearson Education, 2021. 686 p.

Допоміжний

1. Березівська О. Й., Бугіль, С. Я. Трансформація системи продажів туристичних послуг під впливом сучасних маркетингових технологій.

Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. 2025. № 47. С. 636-642. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18735031>

2. Березівська О.Й. Використання CRM-систем туристичними підприємствами для оптимізації продажів. Успіхи і досягнення у науці. №2(12) 2025. С.394-402 [https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-2\(12\)-394-402](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-2(12)-394-402)
3. 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>
4. 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. No 70. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-180>
5. Іванечко Н. Р., Борисова Т. М., Процишин Ю. Т. [та ін.] Маркетинг : навч. посіб. / за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
6. Летуновська Н. Є., Люльов О. В. Маркетинг у туризмі : підручник. Суми : Сумський державний університет, 2020.
7. Лосев М. Ю., Федько В. В. Бази даних : навчально-практичний посібник для самостійної роботи студентів. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 233 с.
8. Мулеса О. Ю. Інформаційні системи та реляційні бази даних : навч. посіб. Електронне видання, 2018. 118 с.
9. Слободяник А. М., Могилевська О. Ю., Романова Л. В., Салькова І. Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика : навчальний посібник. Київ : КиМУ, 2022. 228 с.
10. Трофименко О. Г., Прокоп Ю. В., Логінова Н. І., Копитчук І. М. Організація баз даних : навч. посіб. 2-ге вид., виправ. і доповн. Одеса : Фенікс, 2019. 246 с.
11. Харів Н. О. Бази даних та інформаційні системи : навчальний посібник. Рівне : НУВГП, 2018. 127 с.
12. Baran R. J., Galka R. J. Customer Relationship Management: The Foundation of Contemporary Marketing Strategy. 2nd ed. New York : Routledge, 2017. 456 p.
13. Borisova T. M. Комплексний Інтернет-маркетинг : навч. посіб. Тернопіль : ЗУНУ, 2022. 272 с.
14. Camilleri M. A. Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product : An Introduction to Theory and Practice. Cham : Springer, 2018.
15. Handbook of e-Tourism / ed. by Z. Xiang, M. Fuchs, U. Gretzel, W. Höpken. Cham : Springer, 2022. 2002 p.
16. Information and Communication Technologies in Tourism 2019 : Proceedings of the International Conference in Nicosia, Cyprus, January 30–February 1, 2019 / ed. by J. Pesonen, J. Neidhardt. Cham : Springer, 2019. 462 p.
17. Information and Communication Technologies in Tourism 2020 : Proceedings of the International Conference in Surrey, United Kingdom, January 08–10, 2020 / ed. by J. Neidhardt, W. Wörndl. Cham : Springer, 2020. 322 p.
18. Kumar V., Reinartz W. Customer Relationship Management : Concept, Strategy, and Tools. 3rd ed. Berlin ; Heidelberg : Springer, 2018. 411 p.
19. Peppers D., Rogers M. Managing Customer Experience and Relationships : A Strategic Framework. 4th ed. Hoboken, NJ : John Wiley & Sons, 2022. 512 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, довкілля 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-Deutsche Tourismusverband). URL: <https://www.deuschertourismusverband.de/>
27. Японська асоціація туристичних агентств (JTA). URL: <https://www.mlit.go.jp/kankocho/en/about/index.html>
28. Асоціація турецьких туристичних агентств «TÜRSAB». URL: <https://www.tursab.org.tr/>

Силабус освітнього компонента розглянутий та схвалений на засіданні кафедри туризму, рекреації та краєзнавства

Протокол №1 від 25 серпня 2025 року

В.о. завідувача кафедри _____



Оксана КРУПА

Погоджено навчально-методичною комісією спеціальності Туризм і рекреація

Протокол № 1 від 27 серпня 2025 року

Голова НМКС _____



Оксана КРУПА

Затверджено рішенням навчально-методичної ради факультету землепорядкування та інфраструктурного розвитку

Протокол №1 від 28 серпня 2025 року

Голова НМРФ _____



Павло КОЛОДІЙ