

**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

*О. Березівська*

**СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА  
«ТЕХНОЛОГІЯ ПРОДАЖІВ У ТУРИЗМІ»**

**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** – 4

**Рік підготовки** – 3, семестр – 6

**Компонент освітньо-професійної програми** – обов'язковий, професійний.

**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:** Управління проектами в туризмі, Сервісологія, Технологія продажів у туризмі, Поведінка споживача.

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 «Технологія продажів у туризмі» спрямований на формування у здобувачів вищої освіти системних знань і практичних навичок організації, управління та оптимізації процесу реалізації туристичного продукту в умовах сучасного ринку. Дисципліна розкриває теоретичні засади продажів у сфері послуг, специфіку туристичного продукту як об'єкта комерційної діяльності, технологію особистих та цифрових продажів, механізми ціноутворення, організацію роботи відділу продажів і систему оцінювання ефективності результатів.

Освітній компонент “ Технологія продажів у туризмі ” є обов’язковим і належить до циклу професійної підготовки за освітньою програмою “Туризм і рекреація” спеціальності 242 Туризм і рекреація галузі знань 24 Сфера обслуговування, яка викладається в 6 семестрі в обсязі 4 кредити. Підсумковий контроль – екзамен.

### **2. Мета та завдання освітнього компонента.**

**Метою викладання освітнього компонента** є формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних знань і практичних умінь щодо організації, планування, реалізації та аналітичного супроводу процесу продажу туристичного продукту з урахуванням специфіки сфери послуг, сучасних цифрових технологій, принципів клієнтоорієнтованості та вимог нормативно-правового регулювання туристичної діяльності.

### **Завдання освітнього компонента:**

1. надати здобувачам системні знання про сутність, структуру та особливості процесу продажу туристичного продукту в умовах ринкової економіки;

2. сформувати розуміння технології організації продажів на туристичному підприємстві, включаючи регламентацію етапів, документаційне забезпечення та використання інформаційних систем бронювання;

3. розвинути практичні навички застосування методів особистих продажів, презентації туристичних послуг, роботи із запереченнями та завершення угоди;

4. ознайомити з сучасними цифровими каналами реалізації туристичних послуг та інструментами онлайн-продажів;

5. сформувати компетентності у сфері управління відносинами з клієнтами (CRM), аналізу клієнтської бази та формування програм лояльності;

6. навчити застосовувати принципи ціноутворення, формувати комерційну пропозицію та обґрунтовувати цінову стратегію підприємства;

7. розвинути здатність аналізувати ефективність продажів на основі ключових показників результативності та використовувати аналітичні інструменти для прийняття управлінських рішень;

8. сформувати професійну готовність до роботи у відділах продажів туристичних підприємств із дотриманням стандартів сервісу та нормативно-правових вимог.

**3. Пререквізити:** Основи економіки, Організація туризму, Інформаційні та комунікаційні технології, Основи наукових досліджень.

**4. Постреквізити:** Аналіз діяльності туристичних підприємств, Маркетинг у туризмі, Стандартизація та сертифікація туристичних послуг, Інноваційні технології у туризмі, Кваліфікаційна робота.

### 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	<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. <b>К09.</b> Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми. <b>К12.</b> Навички міжособистісної взаємодії. <b>К14.</b> Здатність працювати в команді та автономно
Фахові (спеціальні) компетентності	<b>К15.</b> Знання і розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності. <b>К20.</b> Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного). <b>К21.</b> Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту

	<p><b>К24.</b> Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал.</p> <p><b>К25.</b> Здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку.</p> <p><b>К26.</b> Здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу.</p> <p><b>К27.</b> Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації.</p>
Програмні результати навчання	<p><b>ПР01.</b> Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів.</p> <p><b>ПР06.</b> Застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів.</p> <p><b>ПР07.</b> Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.</p> <p><b>ПР09.</b> Організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.</p> <p><b>ПР10.</b> Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна).</p> <p><b>ПР12.</b> Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг.</p> <p><b>ПР13.</b> Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей.</p>

## 6. Опис освітнього компонента

Найменування показників	Всього годин	
	денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
<b>Семестр</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
<b>Кількість кредитів/годин</b>	4/120	4/120
<b>Усього годин аудиторної роботи</b>	48	14
в т.ч.:		
• лекційні заняття, год.	16	6
• практичні заняття, год.	32	8
• лабораторні заняття, год.	-	-
• семінарські заняття, год.	-	-
<b>Усього годин самостійної роботи</b>	72	106
<b>Форма контролю</b>	екзамен	екзамен

## 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.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 1. Теоретичні основи продажів у туристичній діяльності	15	2	4			8	15	0,5	1			13,5
Тема 2. Організація процесу продажу туристичного продукту	15	2	4			9	15	1	1			13
Тема 3. Технологія особистих продажів у туризмі	15	2	4			9	15	0,5	1			13,5
Тема 4. Онлайн-продажі та цифрові канали реалізації туристичних послуг	15	2	4			9	15	1	1			13
Тема 5. Управління відносинами з клієнтами (CRM) у туризмі	15	2	4			9	15	1	1			13
Тема 6. Ціноутворення та формування комерційної пропозиції	15	2	4			9	15	0,5	1			13,5
Тема 7. Організація роботи відділу продажів туристичного підприємства	15	2	4			9	15	0,5	1			13,5
Тема 8. Аналітика та оцінювання ефективності продажів у туризмі	15	2	4			9	15	1	1			13
<b>Разом</b>	<b>120</b>	<b>16</b>	<b>32</b>			<b>72</b>	<b>120</b>	<b>6</b>	<b>8</b>			<b>106</b>

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

1. **Комунікативна компетентність** – здатність чітко, структуровано й переконливо доносити інформацію до клієнтів та партнерів у різних форматах (усна консультація, ділове листування, онлайн-комунікація).

2. **Емоційний інтелект** – уміння розпізнавати емоційний стан клієнта, управляти власними емоціями та будувати довірливі взаємовідносини.

3. **Навички активного слухання** – здатність виявляти реальні потреби клієнта через уточнювальні запитання та аналітичне осмислення отриманої

інформації.

4. **Переконливість та аргументація** – уміння логічно обґрунтовувати комерційну пропозицію, працювати із запереченнями та формувати позитивне рішення клієнта.

5. **Клієнтоорієнтованість** – здатність фокусувати діяльність на довгостроковій цінності для клієнта та формуванні його лояльності.

6. **Критичне мислення** – уміння аналізувати ринкову інформацію, оцінювати ефективність продажів та приймати обґрунтовані рішення.

7. **Навички переговорів** – здатність досягати взаємовигідних домовленостей із клієнтами та партнерами.

8. **Стресостійкість** – уміння працювати в умовах високої конкуренції, сезонних коливань попиту та конфліктних ситуацій.

9. **Адаптивність** – готовність швидко реагувати на зміни ринку, впровадження нових цифрових інструментів і технологій продажів.

10. **Командна робота** – здатність ефективно взаємодіяти з маркетинговим відділом, відділом бронювання, бухгалтерією та керівництвом.

11. **Тайм-менеджмент** – уміння раціонально планувати робочий час і управляти пріоритетами у процесі ведення клієнтів.

12. **Цифрова грамотність** – здатність ефективно використовувати CRM-системи, системи бронювання, онлайн-платформи та аналітичні інструменти.

13. **Етична відповідальність** – дотримання професійної етики, норм ділового спілкування та принципів доброчесності у продажах.

**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 продажів у туристичній діяльності	6
Тема 2. Організація процесу продажу туристичного продукту	6
Тема 3. Технологія особистих продажів у туризмі	6
Тема 4. Онлайн-продажі та цифрові канали реалізації туристичних послуг	7
Тема 5. Управління відносинами з клієнтами (CRM) у туризмі	6
Тема 6. Ціноутворення та формування комерційної пропозиції	6
Тема 7. Організація роботи відділу продажів туристичного підприємства	6
Тема 8. Аналітика та оцінювання ефективності продажів у туризмі	7
Екзамен	50
Разом	100 балів

Підсумкова оцінка з освітнього компонента “Технологія продажів у туризмі” 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	<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

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 екзамен.

## 10. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

### Основний

1. Балджи М. Д., Однолько В. О. Економіка та організація торгівлі: навчальний посібник. Київ: ФОП Гуляєва В. М., 2021. 344 с.

2. Безтелесна Л.І. Управління продажами : навч. посіб. Рівне : НУВГП, 2023. 108 с.

3. Виноградова О.В., Писар Н.Б. Управління лояльністю споживачів: навч. посіб. Київ : ДУТ, 2021. 154 с.

4. Голмс Чет Ідеальна машина продажів К. : Фабула, 2019. 288 с.

5. Король Л.В. Маркетингові комунікації: навч. посібник. Умань : Уманський державний педагогічний університет ім. Павла Тичини, 2018. 191 с.

### Допоміжний

1. Барлоу Дж., Меллер К. Скарга – це подарунок. Як зберегти лояльність клієнтів / Дж. Барлоу, К. Меллер. К.: Наш формат, 2018. 280 с.

2. Березівська О. Й. Значення продажів для підвищення ефективності та розвитку туристичних підприємств. Здобутки економіки: перспективи та інновації, 2025. № 15. <https://econp.com.ua/index.php/journal/article/view/318> DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14898200>

3. 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)

4. Березівська О. Й. Зміни в поведінці споживача в умовах глобалізації : Оцінювання із врахуванням нових загроз. Здобутки економіки: перспективи та інновації, 2025. № 14. <https://econp.com.ua/index.php/journal/article/view/317> DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14898146>

5. 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>

6. 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://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5445>

DOI:<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-180>

7. Богатирьова Г. А., Березівська, О. Й. Відновлення туристичної інфраструктури після кризи: виклики та перспективи розвитку туризму в Україні. Академічні візії, 2024, № 38. <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1606> DOI:

<https://doi.org/10.5281/zenodo.14557723>

8. ДСТУ ISO 9001:2015. Системи управління якістю. Вимоги.

9. Державне агентство розвитку туризму України. Аналітичні звіти 2021–2024. URL: <https://www.tourism.gov.ua>

10. Державна служба статистики України. Туристична діяльність в Україні (щорічні статистичні збірники 2019–2023). URL: <https://ukrstat.gov.ua>

11. Карп В. Нейромаркетинг/ В. Карп. К.: Vadex, 2021. 192 с

12. Мальська М. П., Пандяк І. Г. *Маркетинг у туризмі*. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ : Центр учбової літератури, 2018.

13. Папирян Г. А. *Менеджмент туризму*. Київ : Центр навчальної літератури, 2017.

14. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР (редакція чинна 2024 р.).

15. Рекхем Н. Техніка продажу SPIN. Як не прогавити великого клієнта/ Н. Рекхем. К.: Наш формат, 2019. 248 с.

16. Смаль І. В. *Основи туризмознавства*. Київ : Ліра-К, 2019.

17. Яннаріно Е. Інструкція ефективного продавника. Мистецтво завершення угод/ Е. Яннаріно. К.: Наш формат, 2020. 192 с.

18. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя: монографія / авт. кол. : М. А. Окландер, Т. О. Окландер, О. І. Яшкіна та ін. за заг. ред. М. А. Окландера. Одеса : Астропринт, 2017. 292 с.

19. Яценко Я. І. Методичні засади оцінки й діагностики поведінки споживачів послуг туристичних підприємств засобами поведінкової економіки. *Економіка та держава*. 2022. № 3. С. 69–72. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2022.3.69>

20. Buttle F., Maklan S. *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies*. 4th ed. London : Routledge, 2019.

21. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. *Digital Marketing*. 7th ed. Harlow : Pearson, 2019.

22. Gartner. *Magic Quadrant for CRM Customer Engagement Center* (актуальні щорічні звіти 2018–2024). URL: <https://www.gartner.com>

23. Deloitte. *Travel and Hospitality Industry Outlook 2023*. URL: <https://www2.deloitte.com>

24. European Commission. *European Tourism Trends and Prospects 2023*. URL: <https://ec.europa.eu>

25. IATA. *Air Passenger Market Analysis 2023*. URL: <https://www.iata.org>

26. Kotler P., Bowen J. T., Makens J. C., Baloglu S. *Marketing for Hospitality and Tourism*. 8th ed. Harlow : Pearson, 2022. 720 p.

27. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. *Marketing 5.0*. Hoboken : Wiley, 2021.

28. Kotler P., Keller K. L., Chernev A. *Marketing Management*. 16th ed. Harlow : Pearson, 2022.
29. Kumar V., Reinartz W. *Customer Relationship Management*. 3rd ed. Berlin : Springer, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-662-55381-7>
30. Laudon K. C., Traver C. G. *E-commerce 2020: Business, Technology, Society*. 16th ed. Harlow : Pearson, 2020.
31. McKinsey & Company. *The State of Tourism and Hospitality 2023*. URL: <https://www.mckinsey.com>
32. Osiiivska, V., Maksiutenko, I., Pysarenko, N., Berezivska, O., Mykhailenko, T. The Impact of Social Media on Consumer Behavior: Current Status, Emerging Trends, and Future Prospects. *International Journal of Organizational Leadership*, 2025; 14(First Special Issue 2025): 303-313. (Web of Science). <https://doi.org/10.33844/ijol.2025.60480>
33. OECD. *Tourism Trends and Policies 2022*. Paris : OECD Publishing, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1787/6b47b985-en>
34. Panchenko S, Litovka-Demenina S, Zatsepina N, Berezivska O, Yarmolyk D. Social Institutions and Media Strategies in the Context of Religious Tourism Development. *IJCHR*. 2025 Jul. 19;7(SI1):100-114. (Scopus) Available from: DOI: <https://doi.org/10.63931/ijchr.v7iSI1.137>
35. Salesforce. *State of the Connected Customer 2023*. URL: <https://www.salesforce.com>
36. Semenda, Olha; Korovina, Olena; Parfentieva, Olena; Bazaka, Roman; Berezivska, Oksana. Consumer Behavior in Social Media and Its Impact on E-Commerce in Ukraine. *Pacific Business Review International*; Udaipur Vol. 17, Iss. 11, (May 2025). (Web of Science). <http://www.pbr.co.in/2025/May11.aspx>
37. Svitlana Panchenko, Svitlana Litovka-Demenina, Nataly Zatsepina, Oksana Berezivska, Dina Yarmolyk. Influence of Global Religious Routes on Holy Sites and Communities: Communication Approaches and Societal Structures in the Growth of Religious Tourism. *Journal of Information Systems Engineering and Management*. Vol. 10 No. 12s (2025) pp. 537-546. (Scopus) <https://jisem-journal.com/index.php/journal/article/view/1862> DOI: <https://doi.org/10.52783/jisem.v10i12s.1862>
38. Statista. *Travel and Tourism Digital Market Outlook 2023*. URL: <https://www.statista.com>
39. Zeithaml V. A., Bitner M. J., Gremler D. D. *Services Marketing*. 7th ed. New York : McGraw-Hill Education, 2018.
40. UNWTO. *Digital Transformation in Tourism 2022*. URL: <https://www.unwto.org>
41. World Bank. *Tourism and Development Report 2022*. URL: <https://www.worldbank.org>

#### **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 (ABTA – 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>
- 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