



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «CRM, БРОНЮВАННЯ ТА РЕЗЕРВУВАННЯ У МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ»

Компонента освітньої програми – обов'язкова (3 кредити)

Освітньо-професійна програма	Міжнародний туризм та туроперейтинг
Спеціальність	242 Туризм і рекреація
Галузь знань	24 Сфера обслуговування
Рівень вищої освіти	другий (магістерський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача (-ів)	доц. Андрусyak Наталя Степанівна, доцент кафедри географії та менеджменту туризму, кандидат біологічних наук https://geotour.chnu.edu.ua/pro-kafedru/spivrobotnyky/andrusiak-natalia-stepanivna/
Контактний тел.	+380506714455
E-mail:	n.andrusyak@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/enrol/index.php?id=7821
Консультації	за графіком консультацій викладачів на сайті: https://geotour.chnu.edu.ua/studentu/navchalnyi-protses/rozklad-zaniat-i-sesii/

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета вивчення дисципліни полягає у забезпеченні майбутніх фахівців з туризму знаннями та практичними навичками роботи з CRM системами, системами бронювання та резервування.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОБОТИ З CRM СИСТЕМАМИ	
Тема 1	Загальна характеристика та функціонал CRM систем
Тема 2	Особливості роботи з найбільш відомими CRM системами
Тема 3	Туристичні сканери: застосування у турагентській діяльності
МОДУЛЬ 2. ЗАСТОСУВАННЯ CRM СИСТЕМ ТА ТУРИСТИЧНИХ СКАНЕРІВ У ПРАКТИЦІ ТУРАГЕНТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	
Тема 4	Застосування та функціонал системи IT tour
Тема 5	Бронювання турів на сайтах туристичних операторів
Тема 6	Резервування додаткових складових туристичного пакету

ФОРМИ, МЕТОДИ ТА ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ

Під час викладання даної навчальної дисципліни використовуються такі методи навчання:

✓ словесні методи (лекція, розповідь, бесіда, консультація, дискусія, проблемна ситуація тощо),

- ✓ наочні методи (презентації, відеоматеріали, майстер-класи тощо),
- ✓ електронне та інтерактивне онлайн-навчання (мультимедійні, дистанційні),
- ✓ самостійна робота за програмою навчальної дисципліни.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Методами оцінювання та демонстрування результатів є:

- стандартизовані тести;
- проекти (індивідуальні проекти; дослідницько-творчі та ін.);
- презентації результатів виконаних завдань;
- контрольні тестування;
- завдання на лабораторному обладнанні, реальних об'єктах тощо;
- ситуаційні завдання та їх вирішення у групах.

Форми поточного контролю:

- усна (відповідь студента під час заняття);
- захист презентації;
- письмова (тестування);

Форма підсумкового контролю: залік

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

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

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

Критерії оцінювання за основними видами робіт – [завантажити >>>](#)

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Поточний та підсумковий контроль передбачає дотримання правил академічної доброчесності відповідно до «Етичного кодексу Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича» (<https://www.chnu.edu.ua/media/xel1ulcg/etychnyi-kodeks-chernivetskoho-natsionalnoho-universytetu.pdf>) та «Правил академічної доброчесності у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича» (<https://www.chnu.edu.ua/media/fdud03f4/pravyly-akademichnoi-dobrochesnosti.pdf>).
Порушенням академічної доброчесності з боку здобувача вищої освіти вважається списування. Згідно з частиною 6 статті 42 Закону України «Про освіту»: «За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності:

- повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит, залік тощо);
- повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми;
- відрахування із закладу освіти.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

Рекомендована література

1. CRM-системи стали найбільшим сегментом ринку в 2017 році. URL: <https://news.finance.ua> (дата звернення 09.01.2019).
2. Wrede M., Velamuri V.K., Dauth T. Top managers in the digital age: Exploring the role and practices of top managers in firms' digital. // Managerial and Decision Economics. – 2020. – Vol. 41. – no. 8. – P.1549-1567.
3. [Білоцерківський О. Б. Вибір, впровадження та вдосконалення CRM-систем торговельних підприємств: проблеми та шляхи вирішення.](#)
4. Бутенко Н.В. Впровадження концепції CRM на промисловому ринку. Економіка та держава. 2011. № 3. С. 40–42. 14. Ушакова І.О. Соціальні мережі, як засіб впливу на взаємовідносини з клієнтами. Системи обробки інформації. 2012. Вип. 8. С. 54–58.
5. Верескун М.В. Методи оцінки ефективності впровадження інформаційних систем на промислових підприємствах. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. 2015. Вип. 1(11). С. 21–26.
6. Ганущак-Єфіменко Л.М. CRM-система як ефективний інструмент розвитку готельного бізнесу в Україні. // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки. – 2017. – 4. – С. 51-56.
7. Ліщинська Л.Б. Основні аспекти автоматизації роботи з клієнтами засобами CRM-систем. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2015. № 5(1). С. 206–209.
8. Мозгова Г. В., Морозов А. О., Фомін О. Д. Використання CRM-систем на українському ринку: особливості та перспективи. Економіка та управління підприємствами. 2017. № 2. С. 89–93.
9. Поліщук І.І. CRM-система як основа формування споживчої лояльності / І. І. Поліщук // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2021. – № 3 (17). – С. 76-80.
10. Результати дослідження ринку CRM в Україні. URL: <https://www.bitrix24.ua> (дата звернення 10.01.2019).
11. [Рибачук-Ярова Т.В., Марченко М.І. Теоретико-методичні засади використання CRM- системи на підприємствах.](#) (Дата звернення 15.11.2022 р.)
12. Сьомкіна Т.В., Литвинова О.В., Лобань О.О. Особливості моделей функціонування ІТ-компаній в Україні. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2018. Вип. 19(3). С. 84–87.
13. Ткаченко Д. А. Особливості впровадження CRM-системи в діяльність компанії: проблеми, ризики та секрети успіху. International Electronic

Scientific Journal “Science Online”. 2017. № 12. С. 7–10.

14. Юрчук Н.П. CRM-системи особливості функціонування та аналіз українського ринку Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. С. 141–147.

*Детальна інформація щодо вивчення курсу
«CRM, бронювання та резервування у міжнародному туризмі»
висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни*
https://geotour.chnu.edu.ua/media/wi5pyxlw/ok12_crm_broniuvannia_ta_rezervuvannia_u_mizhnarodnomu_turyzmi.pdf