

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Директор ННІ «Каразінський інститут
міжнародних відносин та
туристичного бізнесу»
Микола ПИСАРЕВСЬКИЙ

«27» серпня 2026 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

Тренінг-курс «Створення власного бізнесу»

рівень вищої освіти **перший (бакалаврський)**
галузь знань **24 Сфера обслуговування»**
спеціальність **242 «Туризм і рекреація»**
освітня програма **«Туристичний бізнес»**
вид дисципліни **за вибором**
ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин
та туристичного бізнесу»

2026/ 2027 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

«27» серпня 2026 року, протокол № 1

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу Ганна ГАПОНЕНКО

Програму схвалено на засіданні кафедри світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

Протокол № 1 від «26» серпня 2026 року № 1

Завідувач кафедри світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

Анатолій ПАРФІНЕНКО

(підпис)

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Туристичний бізнес»

Гарант освітньо-професійної програми «Туристичний бізнес»

Олена СВТУШЕНКО

(підпис)

Програму погоджено науково-методичною комісією ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

Протокол від «27» серпня 2026 року №1

Голова науково-методичної комісії ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

Ганна ПАНАСЕНКО

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Тренінг-курс «Створення власного бізнесу»» складена відповідно до освітньо-професійної програми
«Туристичний бізнес»
 підготовки бакалавра
 за спеціальністю 242 «Туризм і рекреація».

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни є формування у майбутніх фахівців системи спеціальних теоретичних знань та практичних навичок щодо створення власного бізнесу.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни:

- вивчення природи бізнесу.
- ознайомлення із механізмом створення бізнесу.
- ознайомлення із організаційно-правовими формами ведення туристичного бізнесу.
- вивчення конкурентного середовища туристичного підприємства;
- оволодіння основними практичними навичками вибору місця розташування офісу та вивчення цільової аудиторії, пошуку надійних партнерів та прибуткових туристичних напрямків.
- ознайомлення із основами підбору персоналу, вибору додаткових послуг як напрямку розширення діяльності турфірми.
- вивчення особливостей маркетингової діяльності туристичного підприємства.

1.3. Кількість кредитів

4 кредити

1.4. Загальна кількість годин

120 годин

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
За вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
4-й	4-й
Семестр	
8-й	8-й
Лекції	
24 год.	8 год.
Практичні, семінарські заняття	
24 год.	-
Лабораторні заняття	
-	-
Самостійна робота	
72 год.	112 год.
Індивідуальні завдання	

1.6. Перелік компетентностей, що формує дана дисципліна

- формування наступних загальних компетентностей:

ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні

ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя

ЗК 3. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо

ЗК 4. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу

ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел

ЗК 7. Здатність працювати в міжнародному контексті

ЗК 8. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій

ЗК 9. Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми

ЗК 10. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово

ЗК 12. Навички міжособистісної взаємодії

ЗК 13. Здатність планувати та управляти часом

ЗК 14. Здатність працювати в команді та автономно

- формування наступних фахових компетентностей:

СК 1. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності

СК 2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

СК 4. Здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління

СК 5. Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів

СК 7. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту

СК 8. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем

СК 9. Здатність забезпечувати безпеку туристів у звичайних та складних форс-мажорних обставинах

СК 10. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал

СК 12. Здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу

СК 13. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації

СК 15. Здатність діяти у правовому полі, керуватися нормами законодавства

1.7. Заплановані результати навчання

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти мають досягти наступних результатів:

ПРН 11. Володіти державною та іноземною (ними) мовою (мовами), на рівні, достатньому для здійснення професійної діяльності

ПРН 20. Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання.

1.8. Пререквізити:

Економіка туристичного підприємства, Маркетинг в туризмі, Управління в галузі туризму, Організація ресторанного бізнесу, Організація екскурсійної діяльності, Організація анімаційної діяльності.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Тема 1. Природа бізнесу і його економічна основа.

Сучасні підходи до визначення сутності бізнесу. Рушійні сили бізнесу. Економічна свобода бізнесу. Типологізація бізнесу.

Тема 2. Механізм створення бізнесу.

Загальна характеристика алгоритму створення власної справи. Генерація бізнес-ідеї. Гіпотеза бізнесу. Збір інформації та її аналіз. Прийняття ділового рішення. Реєстрація бізнесу.

Тема 3. Вибір організаційно-правової форми та формату діяльності туристичного підприємства.

Вибір між турагентською та туроператорською діяльністю. Самостійне відкриття туристичного підприємства. Франчайзингові відносини в туризмі. Переваги франчайзингу в туризмі. Основні фактори, що визначають вибір організаційно-правової форми діяльності туристичного підприємства. Суб'єкти туристичної діяльності: фізичні та юридичні особи. ТЗОВ. Акціонерні товариства. Повні товариства. Етапи створення туристичної фірми.

Тема 4. Вибір місця розташування офісу та вивчення цільової аудиторії.

Вибір цільового сегменту туристичного підприємства. Фактори визначення цільової аудиторії. Вибір локації розташування офісу туристичного підприємства. Екстер'єр та інтер'єр офісу. Освітлення і колір в інтер'єрах офісних приміщень. Меблі та обладнання офісу. Зовнішній вигляд співробітників.

Тема 5. Аналіз конкурентного середовища.

Етапи та методи дослідження конкурентного середовища. Особливості дослідження конкурентного середовища підприємства. Елементи аналізу діяльності конкурентів. Побудова конкурентної карти ринку.

Тема 6. Пошук надійних партнерів та прибуткових туристичних напрямків.

Критерії оцінки та відбору туроператором ділових партнерів та постачальників. Особливості співпраці туроператора з транспортними компаніями. Організація співпраці туроператора з закладами розміщення та харчування туристів. Організація співпраці туроператора з екскурсійними бюро, музеями та іншими соціально-культурними закладами. Організація співпраці туроператора з страховими компаніями. Особливості співпраці туроператора з приймаючими туристичними компаніями. Організація співпраці туроператора з туристичними агенціями.

Тема 7. Додаткові послуги як напрям розширення діяльності турфірми.

Продаж авіа та залізничних квитків. Оформлення закордонного паспорту. Бронювання автомобіля. Додаткове страхування. Переклад документів іноземною мовою. Розробка індивідуального екскурсійного маршруту. Індивідуальні трансфери. Інші додаткові послуги.

Тема 8. Правила пошуку та підбору персоналу.

Зовнішні джерела пошуку персоналу. Методи підбору персоналу. Оцінювання персоналу. Інтерв'ю за компетенціями. Професійне тестування. Кейс-методики. Особистісні опитувальники. Ассесмент-центр.

Тема 9. Маркетингові інструменти просування туристичної фірми.

Основні інструменти маркетингових комунікацій: реклама, зв'язки з громадськістю, стимулювання збуту, особистий продаж та прямий маркетинг. Виставки та спонсорство. Брендінг. Подієвий маркетинг. Пошукова оптимізація (SEO) власного сайту. Реклама з оплатою за клік (контекстна реклама) (PPC). Маркетинг у соціальних мережах. Маркетинг електронною поштою. Партнерський маркетинг.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	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. Природа бізнесу і його економічна основа	13	2	2			9	13					13
Тема 2. Механізм створення бізнесу	13	2	2			9	13	2				11
Тема 3. Вибір організаційно-правової форми та формату діяльності туристичного підприємства	13	4	4			5	13					13
Тема 4. Вибір місця розташування офісу та вивчення цільової аудиторії	13	2	2			9	13	2				11
Тема 5. Аналіз конкурентного середовища	14	4	4			10	14					14
Тема 6. Пошук надійних партнерів та прибуткових туристичних напрямків	14	2	2			10	14	2				12
Тема 7. Додаткові послуги як напрям розширення діяльності турфірми	13	2	2			9	13					13
Тема 8. Правила пошуку та підбору персоналу	14	4	4			10	14	2				12
Тема 9. Маркетингові інструменти просування туристичної фірми	13	2	2			9	13					13
Усього годин	120	24	24			72	120	8				112

4. Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Природа бізнесу і його економічна основа	2
2	Механізм створення бізнесу	2
3-4	Вибір організаційно-правової форми та формату діяльності туристичного підприємства	4
5	Вибір місця розташування офісу та вивчення цільової аудиторії	2
6-7	Аналіз конкурентного середовища	4
8	Пошук надійних партнерів та прибуткових туристичних напрямків	2
9	Додаткові послуги як напрям розширення діяльності турфірми	2
10-11	Правила пошуку та підбору персоналу	4
12	Маркетингові інструменти просування туристичної фірми	2
	Разом	24

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин	
		Денна	Заочна
1	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми «Природа бізнесу і його економічна основа»	9	13
2	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми «Механізм створення бізнесу»	9	11
3	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми «Вибір організаційно-правової форми та формату діяльності туристичного підприємства»	5	13
4	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми «Вибір місця розташування офісу та вивчення цільової аудиторії»	9	11
5	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми «Аналіз конкурентного середовища»	10	14
6	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми «Пошук надійних партнерів та прибуткових туристичних напрямків»	10	12
7	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми «Додаткові послуги як напрям розширення діяльності турфірми»	9	13
8	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми «Правила пошуку та підбору персоналу»	10	12
9	Опрацювання навчального матеріалу, додаткової рекомендованої літератури з теми «Маркетингові інструменти просування туристичної фірми»	9	13
	Разом	72	112

6. Індивідуальні завдання

Індивідуальне завдання в межах дисципліни «Тренінг-курс «Створення власного бізнесу»» навчальним планом не передбачене.

7. Методи навчання

Методи навчання – взаємодія між викладачем і студентом, під час якої відбувається передача та засвоєння знань, умінь і навичок від викладача до студента, а також самостійної та індивідуальної роботи студента. При проведенні визначених планом видів занять використовуються такі методи:

1. Під час викладення навчального матеріалу: – словесні (бесіда, пояснення, розповідь, інструктаж); – наочні (ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження); – практичні (вправи, практичні роботи, дослідні роботи).
2. За організаційним характером навчання: – методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності; – методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності; – методи контролю та самоконтролю у навчанні; – бінарні (поєднання теоретичного, наочного, практичного) методи навчання.
3. За логікою сприймання та засвоєння навчального матеріалу: індуктивно-дедукційні, репродуктивні, прагматичні, дослідницькі, проблемні тощо.

8. Методи контролю

Система оцінювання знань, вмінь та навичок студентів передбачає виставлення оцінок за усіма формами проведення занять.

Перевірка та оцінювання знань студентів може проводитися у наступних формах:

- оцінювання роботи студентів під час практичних занять;
- оцінка за індивідуальну роботу студентів;
- проведення проміжного контролю;
- проведення підсумкового контролю.

Загальна оцінка з дисципліни визначається як сукупність балів, що студент отримує за змістовні модулі та модульний контроль.

Проміжний контроль знань студентів здійснюється шляхом проведення тестування з основних навчальних елементів змістовних тем. Сума балів, які студент денної форми навчання може набрати за першим та другим розділом, дорівнює 60.

Підсумковий контроль здійснюється у формі заліку. До заліку допускаються студенти, які мають достатню кількість балів з поточного контролю. Загальна кількість балів за успішне виконання залікових завдань становить 40.

УВАГА! У разі використання заборонених джерел під час заліку студент на вимогу викладача залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку (0).

У разі настання / подовження дії **обставин непоборної сили** здобувачам вищої освіти денної та заочної форм навчання надається можливість скласти **залік в тестовій формі дистанційно на платформі Moodle** в дистанційному курсі «Тренінг-курс «Створення власного бізнесу»». <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=13155>

Сумарна оцінка за вивчення дисципліни розраховується як сума контрольних оцінок та балів, отриманих за результатами поточного та підсумкового семестрового контролю. Загальна сума балів підсумкового семестрового контролю складає 100.

9. Схема нарахування балів

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання									Разом	Заліков а робота	Сума
Змістові теми								Проміжний тестовий контроль			
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8		T9		
4,4	4,4	4,4	4,4	4,4	4,4	4,4	4,4	4,4	20		60
60 (мінімум – 20)										40	

T1, T2 ... T9 – теми розділів.

Структура та складові підсумкової оцінки з дисципліни

Поточний контроль протягом семестру – 60 балів.

З них:

- активна робота на семінарських заняттях – 40 балів (4,4 бали кожне семінарське);
- поточний контроль – 20 балів.

Поточний контроль проводиться на кожному семінарському занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти із зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) під час роботи на семінарських заняттях.

Критерії оцінювання знань студентів на семінарських заняттях

Бали	Критерії оцінювання
4,4 – 4,0	Студент виявляє глибокі знання матеріалу, відповідає повно й аргументовано; активно бере участь у дискусії, висловлює власні думки, наводить приклади.
3,9 – 3,5	Відповіді в основному правильні та змістовні, проте з незначними неточностями; участь у дискусії активна, але менш аргументована.
3,4 – 3,0	Демонструються достатні знання; відповідь частково неповна або поверхова; активність на семінарі епізодична.
2,9 – 2,5	Відповідь містить суттєві помилки чи неповна; слабка аргументація; активність у роботі групи мінімальна.
2,4 – 2,0	Знання фрагментарні; студент може відповідати лише після допоміжних запитань викладача.
1,9 – 1,0	Дуже низький рівень знань; відповідь неповна, відсутня логіка, бракує розуміння теми.
0,9 – 0,1	Студент майже не орієнтується у матеріалі; відповіді неправильні або надто загальні.
0	Відсутність відповіді та участі у семінарському занятті.

Доповнення виступу:

2 бали – отримують студенти, які глибоко володіють матеріалом, чітко визначили його зміст; зробили глибокий системний аналіз змісту виступу, виявили нові ідеї та положення, що не були розглянуті, але суттєво впливають на зміст доповіді, надали власні аргументи щодо основних положень даної теми.

1 бал отримують студенти, які виклали матеріал з обговорюваної теми, що доповнює зміст виступу, поглиблює знання з цієї теми та висловили власну думку.

Суттєві запитання до доповідачів:

2 бали отримують студенти, які своїм запитанням до виступаючого суттєво і конструктивно можуть доповнити хід обговорення теми.

1 бал отримують студенти, які у своєму запитанні до виступаючого вимагають додаткової інформації з ключових проблем теми, що розглядається.

Критерії поточного контролю знань студентів

Поточний контроль проводиться з метою визначення стану успішності здобувачів вищої освіти за період теоретичного навчання. Поточний контроль знань студентів здійснюється через проведення аудиторних письмових контрольних робіт або комп'ютерного тестування.

Письмова контрольна робота або тестування	Критерії оцінювання
15-20	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час письмових відповідей,

	глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання.
10-14	В цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань.
5-9	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань.
1-4	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань.
0	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань. Не вирішив жодного тестового завдання.

Замість виконання завдань (вивчення тем) можуть також додатково враховуватись такі види активностей здобувача:

- проходження тренінг-курсів чи дистанційних курсів з використання сучасних освітніх технологій на платформах Coursera, Prometheus тощо (за наявності відповідного документу про їх закінчення, надання копії викладачу);
- участь в майстер-класах, форумах, конференціях, семінарах, зустрічах з проблем використання сучасних освітніх технологій (з підготовкою есе, прес-релізу, інформаційного повідомлення тощо, що підтверджено навчальною програмою заходу чи відповідним сертифікатом);
- участь у науково-дослідних та прикладних дослідженнях з проблем використання сучасних освітніх технологій (в розробці анкетних форм, проведенні опитувань, підготовці та проведенні фокус-груп, обробці результатів дослідження, підготовці звіту, презентації результатів тощо, що підтверджується демонстрацією відповідних матеріалів).

Умови допуску студента до підсумкового семестрового контролю (заліку): виконання контрольної роботи, написання поточного контролю та робота на семінарських заняттях за результатами яких він набрав не менше 20 балів.

Підсумковий семестровий контроль

Підсумковий семестровий контроль – це підсумкове оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти за семестр, що здійснюється в університеті у формі заліку. На підсумковий семестровий контроль виносяться питання, що передбачають перевірку розуміння здобувачами вищої освіти програмного матеріалу дисципліни в цілому та рівня сформованості відповідних компетентностей після опанування курсу.

Структура заліку:

- тести – 20 балів (20 тестових завдань x 1,0 балу);
- 2 відкриті питання творчого характеру – 20 балів (по 10 балів кожне).

Критерії оцінювання тестових завдань під час складання заліку

Бали	Критерії оцінювання
20–18	Відповіді повні, без помилок; демонструється глибоке розуміння матеріалу та вміння застосовувати знання на практиці.
17–15	Відповіді в основному правильні, незначні неточності; знання достатні для розв'язання завдань, але бракує деталізації чи прикладів.
14–11	Є помилки у відповідях; продемонстроване лише часткове розуміння матеріалу; приклади або аргументація подані неповністю.
10–6	Відповіді поверхові, багато неточностей; знання фрагментарні, застосування на практиці утруднене.
5–1	Дуже низький рівень знань; більшість відповідей неправильні або відсутні; відсутнє логічне обґрунтування.
0	Завдання не виконано або всі відповіді неправильні.

Критерії оцінювання відкритих питань творчого характеру під час складання заліку

Бали	Критерії оцінювання
10	Відповідь повна, аргументована, логічна; присутні оригінальні ідеї, творчий підхід та приклади; відсутні помилки.
9–8	Відповідь змістовна та правильна, проте менш глибока або з незначними неточностями; творчий підхід частково реалізований.
7–6	Відповідь в основному правильна, але неповна; відчувається обмежений творчий підхід, приклади подані частково.
5–4	Відповідь поверхова, з помилками; слабкий рівень аргументації; творчий компонент відсутній або мінімальний.
3–1	Дуже низький рівень виконання; відсутня логіка та аргументація; відповідь майже не розкриває питання.
0	Відповідь відсутня або повністю неправильна.

Під час вивчення навчальної дисципліни використання технологій штучного інтелекту (ШІ) здійснюється відповідно до Політики використання технологій штучного інтелекту Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

У межах дисципліни застосовуються такі моделі використання ШІ:**1. Модель «ШІ заборонено».**

Використання технологій штучного інтелекту не допускається під час виконання контрольних заходів, спрямованих на перевірку індивідуальних знань і сформованості компетентностей здобувача освіти, зокрема: усного опитування, модульних контрольних робіт, екзамену (заліку), якщо інше не визначено викладачем, інших видів оцінювання, для яких викладачем встановлено обмеження щодо використання ШІ.

2. Модель «ШІ як асистент».

Під час підготовки до практичних занять, виконання індивідуальних завдань, рефератів, аналітичних оглядів та інших письмових робіт дозволяється використання ШІ для: пошуку та систематизації інформації, добору та первинного аналізу наукових джерел, пояснення складних понять, удосконалення структури тексту, перевірки граматики, стилю та оформлення, генерації ідей, плану роботи або прикладів.

Фінальний текст роботи, висновки, аналіз, інтерпретація результатів та прийняті рішення повинні бути самостійно підготовлені здобувачем освіти.

3. Модель «ШІ як інструмент».

Для окремих лабораторних, практичних, проєктних або дослідницьких робіт використання технологій штучного інтелекту може бути обов'язковою складовою виконання завдання. У таких випадках здобувачі освіти можуть використовувати генеративні моделі ШІ для: аналізу та підготовки даних, генерації, аналізу й оптимізації програмного коду, порівняння

результатів роботи різних моделей ШІ, створення візуалізацій, схем або зображень, аналізу великих масивів даних. проведення експериментів із застосуванням сучасних інструментів штучного інтелекту.

Усі результати, отримані за допомогою ШІ, підлягають критичному аналізу, перевірці та доопрацюванню здобувачем освіти.

Декларування використання ШІ.

У разі використання технологій штучного інтелекту здобувач освіти зобов'язаний зазначити: назву сервісу або моделі ШІ; дату використання; характер допомоги (генерація ідей, пошук інформації, аналіз даних, генерація коду, редагування тексту тощо).

За вимогою викладача здобувач освіти повинен надати використані запити (prompts) або пояснити спосіб використання інструментів ШІ.

Недеклароване використання технологій штучного інтелекту або подання згенерованого ШІ матеріалу як власного результату навчальної діяльності розглядається як порушення принципів академічної доброчесності відповідно до внутрішніх нормативних документів Університету.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка
	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	зараховано
70-89	
50-69	
0-49	не зараховано

10. Рекомендована література

Основна література:

1. Король О.Д., Крачило М.П. Менеджмент туризму : навч. посібник. Київ. : Знання, 2013. 248 с
2. Менеджмент туристичної індустрії: підручник у 3-х частинах / Руденко В.П., Вацеба В.Я., Підгірна В.Н., Цепенда М.В. та ін. Чернівці: Чернівецький національний університет, 2019. 440 с.
3. Моргулець О.Б. Менеджмент у сфері послуг. Київ: Центр навчальної літератури. 2020. 384 с.
4. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі : колективна монографія / за наук. ред. Л. Ю. Матвійчук, Ю. М. Барського, М. І. Лепкого. Луцьк : Вежа-Друк, 2024. 320 с.
5. Панченко Ю.В., Лугінін О.Є., Фомішин С.В. Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму : навч. посіб. Херсон : Олді-плюс, 2017. 342 с
6. Сахно Є.Ю., Дорош М.С., Ребенко А.В. Менеджмент сервісу: теорія та практика. Київ: Центр навчальної літератури. 2019. 328 с.
7. Стойка А. В., Горюнова К. А. Управління сталим розвитком індустрії туризму : монографія. Київ : Маріупольський державний університет, 2024. 161 с.
8. Ткач Є. В., Нікіфоров П., Грешко Р. та ін. Організація власного бізнесу: навчальний посібник. Чернівці: "Рута", 2023.
9. Haller, A. Sustainability in Tourism: Impact of Attractiveness Factors in the World's Most Visited Destinations. *The Journal of Environment & Development*. 2023. Volume 33, Issue 2.
10. Information and Communication Technologies in Tourism 2024: *ENTER 2024 International eTourism Conference*, İzmir, Türkiye, January 17-19. Springer, 2024.
11. Information and Communication Technologies in Tourism 2025: *Proceedings of the ENTER 2025 eTourism Conference*, Wrocław, Poland, February 17–21. Springer, 2025.

Додаткова література:

12. Гапоненко Г.І., Євтушенко О.В., Шамара І.М. Аналіз франчайзингової діяльності на туристичному ринку України. *Агросвіт*. 2020. №4. С.52-58.
13. Гапоненко Г.І., Євтушенко О.В., Шамара І.М. Значення бізнес-плану для ефективного функціонування підприємств туристичної індустрії в умовах кризи. *Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна, серія: «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2020. №11. С.96-101.
14. Гапоненко Г. І., Євтушенко О. В., Шамара І. М., Холодок В.Д. Основні тенденції розвитку ресторанного господарства України в сучасних умовах. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2021. № 14. С. 209-216.
15. Дехтяр Н.А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні: монографія. Харків: ФОП Лібуркіна Л.М., 2021. 470 с.
16. Задоя В. О., Чаркіна Т. Ю. Стратегічний менеджмент в туризмі: ключові аспекти. *Review of transport economics and management*, 2023. 8(24), С. 72–80. <https://doi.org/10.15802/rtem2022/277124>
17. Кудла Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства : підручник. Київ : Знання, 2012. 343 с.
18. Кузьмін О. Стратегічний менеджмент в туризмі: підходи та інструменти. *Економіка та управління підприємствами складних систем*. 2018. 2(23). С. 68-73.
19. Мальська М. П., Бордун О.Ю. Планування туристичної діяльності : підруч. Міністерство освіти і науки України. К. : Знання, 2010. 310 с.
20. Марчук Л.С., Перерва П.Г. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія. *НТУ «ХПІ» (економічні науки): зб. наук. пр.* Харків : НТУ "ХПІ", 2018. № 15 (1291). С. 53-63.

21. Підгірна В. Н., Паламарюк М. Ю., Бойчук Н. А. Менеджмент конкурентних переваг ринку туристичних послуг України. *Економічний простір*. 2021. № 174, С. 43-49. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/174-8>
 22. Сазерленд Дж. Навчись робити вдвічі більше за менший час. Харків : Книжк. клуб «Клуб Сімейн. Дозвілля», 2022. 280 с.
 23. Сазонець І.Л., Сазонець О.М. Управління проектами та ризиками в туризмі. Київ: Центр навчальної літератури. 2023. 220 с.
 24. Форд Г. Моє життя та робота. Київ: Наш формат, 2015. 344 с.
 25. Agapito D. The senses in tourism design: A bibliometric review. *Ann. Tour. Res.* 2020, № 83, P. 102934.
 26. Brika S.K.M., Algamdi A., Chergui K., Musa A.A., Zouaghi R. Quality of higher education: A bibliometric review study. *Front. Educ.* 2021. № 6, P. 666087.
 27. Brandon-Jones A., Lewis M., Verma R. et al. Examining the characteristics and managerial challenges of professional services: An empirical study of management consultancy in the travel, tourism, and hospitality sector. *Journal of Operations Management*. 2016. Vol. 42-43. P. 9-24.
 28. Eizaguirre A., Garcia-Feijoo M., Laka J.P. Defining sustainability core competencies in business and management studies based on multinational stakeholders' perceptions. *Sustainability* 2019. № 11, P. 2303.
 29. Egger R. The impact of near field communication on tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. 2013. IV (2), P. 119–133.
 30. Fauzi M.A. A bibliometric review on knowledge management in tourism and hospitality: Past, present and future trends. *Int. J. Contemp. Hosp. Manag.* 2023, № 35, P. 2178–2201.
 31. Ilkevich S.V. Managerial perspectives and effects of sustainable tourism from strategic management perspectives. *Strategic decisions and risk management*. 2018. № 3, P. 132-139.
 32. Gössling S., Humpe A., Sun Ya-Yen. On track to net-zero? Large tourism enterprises and climate change. *Tourism Management*. February 2024. [Vol. 100](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104842), P. 104842. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104842>
 33. Pahrudin P., Liu L.W., Li S.Y. What Is the Role of Tourism Management and Marketing toward Sustainable Tourism? A Bibliometric Analysis Approach. *Sustainability* 2022. № 14, P. 4226.
 34. Tomashevskaya A., Hryhoruk I. "Entrepreneurship with Social Responsibility as an Innovative Tool for Solving Social Needs." *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*, 2022, № 9(3), с. 18-27.
- Hospitality and Tourism Technology, IV(2), 119–133.

11. Ресурси мережі Інтернет:

35. Офіційний сайт Президента України. URL: <http://www.president.gov.ua/>
36. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua/>
37. Офіційний сайт Урядового порталу. URL: <http://www.kmu.gov.ua/>
38. Офіційний сайт Міністерства економіки України. URL: <http://www.me.gov.ua/>
39. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
40. Офіційний сайт Журналу «Урядовий кур'єр». URL: <http://www.ukurier.gov.ua/>
41. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
42. Офіційний сайт Львівської національної бібліотеки України ім. В. Стефаника. URL: <http://www.lsl.lviv.ua/>
43. Американське товариство туристичних агентств (American Society of Travel Agents, ASTA). URL: <https://www.asta.org/>
44. Асоціація турецьких туристичних агентств «TÜRSAB». URL: <https://www.tursab.org.tr/>
45. Всесвітній економічний форум. URL: <https://www.weforum.org/>

46. Всесвітня рада з туризму та подорожей. URL: <https://www.wttc.org/>
47. Всесвітня туристична організація. URL: <http://www2.unwto.org/>
48. Державне агентство розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
49. Європейська туристична комісія. URL: <https://etc-corporate.org/>
50. Міжнародний центр перспективних досліджень. URL: <http://icps.com.ua/>
51. Недержавна туристична організація у Великій Британії (ABTA – The Travel Association). URL: <https://www.abta.com/>
52. Німецька асоціація туризму (DTV-Deutsche Tourismusverband). URL: <https://www.deutschertourismusverband.de/>
53. Японська асоціація туристичних агентств (JTA). URL: <https://www.mlit.go.jp/kankocho/en/about/index.html>

12. Особливості навчання за денною формою в умовах подовження дії обставин непоборної сили

В умовах дії обставин непоборної сили освітній процес в університеті здійснюється відповідно до наказів/ розпоряджень ректора/ проректора або за змішаною формою навчання або повністю дистанційно в синхронному режимі. Складання підсумкового семестрового контролю: в разі запровадження жорстких обмежень з заборонаю відвідування ЗВО студентам денної форми навчання надається можливість скласти **залік в тестовій формі дистанційно на платформі Moodle** в дистанційному курсі «Тренінг-курс «Створення власного бізнесу»». <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=13155>