

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІПКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут денної освіти
Кафедра туристичного та готельного бізнесу

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри



Г. П. Скляр

(підпис)

22 червня 2022 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА

навчальної дисципліни	«CRM та GDS системи в туризмі»
освітня програма/ спеціалізація	«Туризм» <i>(назва)</i>
спеціальність	242 Туризм <i>(код, назва спеціальності)</i>
галузь знань	24 Сфера обслуговування <i>(код, назва галузі знань)</i>
ступінь вищої освіти	магістр <i>(молодший бакалавр, бакалавр, магістр, доктор філософії)</i>

Робоча програма навчальної дисципліни схвалена та рекомендована до використання в освітньому процесі на засіданні кафедри туристичного та готельного бізнесу
Протокол засідання кафедри від 22 червня 2022 р., № 10

Укладач програми:

Карпенко Ю. В., к. е. н., доцент, доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

ПОГОДЖЕНО:

Гарант освітньої програми спеціальності «Туризм»
ступеня магістр



Г. П. Склад

_____ (підпис)

ЗМІСТ

Розділ 1. Загальна характеристика навчальної дисципліни	4
Розділ 2 Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання	5
Розділ 3. Програма навчальної дисципліни	6
Розділ 5. Тематичний план навчальної дисципліни.....	9
Розділ 5. Система оцінювання знань студентів.....	20
Розділ 6. Інформаційні джерела.....	21
Розділ 7. Програмне забезпечення навчальної дисципліни.....	23

Розділ 1. Загальна характеристика навчальної дисципліни

Таблиця 1. Опис навчальної дисципліни
«CRM та GDS-системи в туризмі»

Місце в структурно-логічній схемі підготовки	<i>Пререквізити:</i> -. <i>Постреквізити:</i> Міжнародний туризм.
Мова викладання	українська
Статус дисципліни	обов'язкова
Курс/семестр вивчення	1/1
Кількість кредитів ЄКТС/ кількість модулів	4/2
Денна форма навчання:	
Кількість годин: – загальна кількість: 120.	
- лекції: 16	
- практичні (семінарські, лабораторні) заняття: 32	
- самостійна робота: 72	
- вид підсумкового контролю (ПМК, екзамен): ПМК	
Заочна форма навчання:	
Кількість годин: – загальна кількість: 120.	
- лекції: 6.	
- практичні (семінарські, лабораторні) заняття: 2.	
- самостійна робота: 112.	
- вид підсумкового контролю (ПМК, екзамен): ПМК	

Розділ 2. Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Метою навчальної дисципліни є набуття теоретичних знань і практичних навичок щодо впровадження та використання CRM-систем на туристичному підприємстві, пошуку і бронювання туристичних послуг за допомогою глобальних систем резервування.

Таблиця 2. Перелік компетентностей та програмні результати навчання

Компетентності, якими повинен оволодіти студент	Програмні результати навчання
<ul style="list-style-type: none">• ЗК1. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності;• ЗК4. Здатність розробляти проекти та управляти ними;• ЗК7. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми;• СК2. Здатність планувати і виконувати наукові та/або прикладні дослідження у сфері туризму та рекреації;• СК5. Здатність оперувати інструментами збору, обробки інформації, аналізувати та управляти туристичною інформацією.• СК7. Здатність розробляти та впроваджувати інновації в діяльності суб'єктів туристичного ринку.	<ul style="list-style-type: none">• РН2. Спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур у сфері туризму і рекреації;• РН3. Застосовувати сучасні цифрові технології, методи та інструменти дослідницької та інноваційної діяльності для розв'язання складних задач у сфері туризму та рекреації.

Розділ 3. Програма навчальної дисципліни

Модуль 1. Теоретико-практичні засади впровадження та використання CRM-систем на туристичному підприємстві

Тема 1. Основи сучасних інформаційних технологій в туризмі

Поняття та склад інформаційного забезпечення туризму. Види підсистем інформаційної системи туризму (технічне забезпечення, програмне забезпечення, інформаційне забезпечення, організаційне забезпечення, правове забезпечення, ергономічне забезпечення).

Класифікація інформаційних систем та технологій в туризмі. Інформаційні технології за типом (видом) оброблюваної інформації. Інші класифікації інформаційних технологій (забезпечуючі, функціональні та ін.). Класифікація інформаційних технологій з точки зору участі або неучасті користувача в процесі виконання.

Класифікація інформаційних технологій за масштабом (однокористувацькі, групові та корпоративні), архітектурою. Інформаційні системи, що застосовуються в туризмі.

Просування туристичних послуг засобами інформаційних технологій.

Тема 2. Доцільність застосування та формування відносин з клієнтами засобами CRM-систем на туристичному підприємстві

Типи та компоненти технології CRM-систем. Основні види CRM. Загальна функціональність CRM. CRM як структурована бізнес-стратегія туристичного підприємства. Типи технологій CRM (операційна, аналітична, співпраці).

Обґрунтування доцільності застосування CRM-систем на туристичному підприємстві. Критерії необхідності запровадження CRM-систем на туристичному підприємстві. Переваги та недоліки впровадження CRM-систем на туристичному підприємстві.

Формування відносин з клієнтами засобами CRM-систем. Залучення нових клієнтів засобами CRM-систем.

Тема 3. Управління туристичними підприємствами засобами CRM-систем

Підвищення ефективності маркетингових кампаній туристичних підприємств засобами CRM-систем. Ефективність маркетингових кампаній та їх склад. Способи зробити рекламну кампанію правильною.

Збільшення продажів туристичного підприємства засобами CRM-систем. Аналіз попиту. Аналіз «воронки продажів». Управління «pipeline». Дисципліна продажів. Процес продажів, Регулярність продажів.

Методи ефективного управління туристичним підприємством засобами CRM-систем. Етапи ефективного управління туристичним підприємством у контексті використання CRM. Управління підприємством зі сторони доходів, витрат KPI

засобами CRM.

Тема 4. Впровадження CRM-систем на туристичних підприємствах

Організаційні аспекти впровадження CRM-систем у діяльність туристичного підприємства. Бізнес-процеси CRM-систем. Переваги впровадження CRM-системи для туристичного підприємства (збільшення ефективності продажів, підвищення якості обслуговування, захист даних, вбудована система аналітики тощо).

Критерії вибору CRM-системи (тип ліцензії, інтеграція, зручність системи, складність встановлення, навчання співробітників, вартість, технічна підтримка).

Підготовка та впровадження CRM-системи. Етапи встановлення CRM-системи. Прямі та непрямі економічні ефекти від впровадження CRM-системи на туристичному підприємстві. Документообіг та інтеграція CRM з іншими системами..

Модуль 2. Теоретико-практичні засади функціонування GDS-систем в туризмі

Тема 5. Глобальні системи резервування і технології їх використання

Виникнення та еволюція комп'ютерних систем бронювання. Інтеграція глобальних систем резервування в Інтернеті. Найбільші комп'ютерні системи резервування на міжнародному ринку туризму: «Amadeus», «Galileo», «Sabre» та «Worldspan». Інші глобальних систем резервування.

Налагодження зв'язку комп'ютерних систем бронювання та глобальних систем резервування із національними та регіональними туристичними брокерами, місцевими постачальниками туристичних послуг, турбюро та ін.

Вибір глобальної системи резервування. Параметри поняття «якість послуги», що надається глобальними системами резервування. Технічні способи підключення туристичних фірм до глобальних систем резервування.

Тема 6. Глобальна система резервування «Amadeus»

Розвиток GDS «Amadeus». Головні завданнями системи «Amadeus». Характеристика GDS «Amadeus». Варіанти підключення до системи. Стандартні та додаткові модулі системи («Air», «Car», «Hotel», «Ferry», «Tickets», «Rail», «Cruise», «Videotext», «Pro Temp»). Варіанти підключення до системи. Програмні додатки підключення системи («Pro Zoom», «Pro Script», «Nego Fares», «Speed Mode», «Value Pricer», «On-line», «Pro Web», «IA-Res»).

Довідники GDS «Amadeus» (клієнтів, співробітників, опера-торів або постачальників послуг, типів подорожей, транспорту і напрямків з можливістю отримання докладної статистики, готелів з їх описами і графічними слайдами, стандартних форм для роботи з блоками місць на різні послуги, міжнародних кодів держав, міст і авіакомпаній).

Переваги GDS «Amadeus» порівняно з іншими глобальними системами резервування.

Тема 7. Глобальні системи резервування «Galileo» та «Worldspan»

Розвиток GDS «Galileo». «Viewpoint» – головний програмний продукт системи. Функціональні можливості системи (автоматичний підрахунок вартості повітряних маршрутів; можливості для виготовлення місцевих «квиткових продуктів» та документації; «Client File» і «Travel Screen» тощо). Характеристика GDS «Galileo». Варіанти підключення до системи. Підсистеми програмного комплексу GDS «Galileo» («Galileo Office», «Galileo Availability», «Galileo Sell», «Galileo Advance Seat Reservation», «Global Fares», «Private Fares», «Galileo Ticketing Products», «Room Master», «Car Master», «Galileo Travelpoint» та ін.).

Розвиток GDS «Worldspan». Характеристика системи «Worldspan». Режими підключення до сайту «Worldspan Net». Програмні пропозиції системи в галузі електронної комерції («Worldspan Power Pricing», «Dates&Destinations», «Trip Manager», «SMI», «Go!Solo»).

Переваги GDS «Galileo» та GDS «Worldspan» порівняно з іншими глобальними системами резервування.

Тема 8. Глобальна система резервування «Sabre»

Розвиток GDS «Sabre». Функціональні можливості системи.

Характеристика GDS «Sabre». Варіанти підключення до системи («Planet Sabre», «Turbo Sabre», «Net Platform»).

Характеристика моделі розширеного підбору оптимальних рішень у GDS «Sabre» (вибір варіантів перельоту в різний час доби, мінімальний час у дорозі та мінімальні тарифи тощо).

«Red Workspace» – головний модуль системи, що адаптує робочий простір до потреб користувачів. Стандартні та додаткові модулі системи («Agency eServices», «Air», «Cars», «Group Management Tool», «Hotels», «Low Fare Search», «Mid Office Manager», «NetCheck», «Rail», «Red App Centre», «Virtually There», «Web Services», «Scribe Scripts», «Sms4Travel», «Traveler Security and Data Suite», «Turbo Sabre» та ін.).

Переваги GDS «Sabre» порівняно з іншими глобальними системами резервування.

Розділ 4. Тематичний план навчальної дисципліни

Таблиця 4.1 Тематичний план навчальної дисципліни (денна форма навчання)

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Кількість годин
<i>Модуль 1. Теоретико-практичні засади впровадження та використання CRM-систем на туристичному підприємстві</i>					
Тема 1 (Лекція 1). Основи сучасних інформаційних технологій в туризмі. 1. Поняття та склад інформаційного забезпечення туризму. 2. Класифікація інформаційних систем та технологій в туризмі 3. Автоматизація роботи у туристичному бізнесі. 4. Просування туристичних послуг засобами інформаційних технологій.	2	-	-	1. Охарактеризувати вплив інформаційних систем на розвиток туризму. 2. Охарактеризувати глобальні системи резервування (GDS), які використовуються на туристичному ринку України. 3. Охарактеризувати завдання, які розв'язуються за допомогою геоінформаційних систем (ГІС). 4. Охарактеризувати системи електронного документообігу, які застосовуються на туристичних підприємствах України. Доповіді оформити у вигляді презентацій.	9
Тема 2 (Лекція 2). Доцільність застосування та формування відносин з клієнтами засобами CRM-систем на туристичному	2	Лабораторна робота 1. Формування бази клієнтів у CRM-системі. 1. Створення карток	2	1. Охарактеризувати системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM), які використовуються на	9

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Кількість годин
<p>підприємстві.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Типи та компоненти технології CRM. 2. Обґрунтування доцільності застосування CRM-систем 3. Формування відносин з клієнтами засобами CRM-систем. 4. Залучення нових клієнтів засобами CRM-систем . 		<ol style="list-style-type: none"> 1. клієнтів. 2. Створення замовлень клієнтів. 		<p>туристичному ринку України. Доповідь оформити у вигляді презентації.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Проаналізувати якими засобами система управління взаємовідносинами з клієнтами допомагає у залученні нових клієнтів на прикладі будь-якої української CRM-системи). Доповідь оформити у вигляді презентації. 3. Підготувати реферат на тему «Побудова CRM-системи як основи формування комунікаційної політики між туристичним підприємством та кінцевим споживачем». 	
<p>Тема 3 (Лекція 3). Управління туристичними підприємствами засобами CRM-систем.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Підвищення ефективності маркетингових кампаній засобами CRM-систем. 2. Збільшення продажів підприємства засобами CRM- 	2	<p>Лабораторна робота 2. Пошук та підбір туру в CRM-системі.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Пошук турів за визначеними параметрами. 2. Підбір туру для клієнта за визначеними умовами. 	4	<ol style="list-style-type: none"> 1. Охарактеризувати хто в турагентстві, окрім менеджерів, ще може і має використовувати системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) і яким чином. Доповідь оформити у вигляді презентації. 2. Підготуйте реферат на тему 	9

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Кількість годин
систем. 3. Методи ефективного управління підприємством засобами CRM-систем.		Лабораторна робота 3. Надання пропозицій клієнтам за допомогою CRM-системи. 1. Надсилання інформації про тур на електронну пошту засобами CRM. 2. Надсилання інформації про тур на месенджери засобами CRM.		«Воронка продажів, як індикатор ефективності турагентства». 3. Обґрунтувати доцільність використання CRM-системи для удосконалення процесу прийняття управлінських рішень на туристичному підприємстві. Доповідь оформити у вигляді презентації.	
Тема 4 (Лекція 4). Впровадження CRM-систем на туристичних підприємствах. 1. Організаційні аспекти впровадження CRM-систем у діяльність туристичного підприємства. 2. Критерії вибору CRM-системи 3. Підготовка та впровадження CRM-системи. 4. Документообіг та інтеграція CRM з іншими системами.	2	Лабораторна робота 4. Договірні відносини та фінансові зобов'язання в CRM-системі. 1. Оформлення. 2. Оплату туру. 3. Подача та підтвердження заявок. 4. Видача документів.	2	1. Підготувати реферат на тему «Оцінювання економічної ефективності впровадження CRM-систем у діяльність туристичних підприємств». 2. Підготувати реферат на тему «CRM-система та її значення у формуванні корпоративного іміджу туристичного підприємства».	9
<i>Модуль 2. Теоретико-практичні засади функціонування GDS-систем в туризмі</i>					
Тема 5 (Лекція 5). Глобальні системи резервування і технології	2	Лабораторна робота 5. Продукти та інструменти	4	1. Підготувати реферат на тему «Вплив глобальних систем	9

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Кількість годин
<p>їх використання.</p> <ol style="list-style-type: none"> Виникнення та еволюція комп'ютерних систем бронювання. Інтеграція глобальних систем резервування в Інтернеті. Вибір глобальної системи резервування. 		<p>GDS «Sabre». Розклад, екран наявності місць, інформація про рейс. Елементи бронювання.</p> <ol style="list-style-type: none"> Інструменти, розклад, наявність місць та можливість бронювання основних елементів. Створення авіа бронювання. 		<p>резервування на розвиток сучасного туристичного бізнесу».</p> <ol style="list-style-type: none"> Охарактеризувати глобальні системи бронювання, окрім лідерів ринку в індустрії комп'ютерного резервування («Amadeus», «Galileo», «Sabre» та «Worldspan»). Доповідь оформити у вигляді презентації. 	
<p>Тема 6 (Лекція 6). Глобальна система резервування «Amadeus».</p> <ol style="list-style-type: none"> Розвиток GDS «Amadeus». Характеристика GDS «Amadeus». 	2	<p>Лабораторна робота 6. Модифікація бронювання. Екран та правила тарифів. Інструменти для розрахунку вартості без польотних сегментів.</p> <ol style="list-style-type: none"> Додаткові елементи бронювання. Екран тарифів. Інструменти для розрахунку вартості без польотних сегментів. 	6	<ol style="list-style-type: none"> Ознайомитися у дистанційному курсі з матеріалами «Amadeus Basic Course» та виконати завдання у робочому зошиті «Оформлення білету». Обґрунтувати умови доцільності впровадження GDS «Amadeus» в турагентстві / туристичного оператора. Доповідь оформити у вигляді презентації. 	9

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Кількість годин
<p>Тема 7 (Лекція 7). Глобальні системи резервування «Galileo» та «Worldspan».</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Розвиток GDS «Galileo». 2. Характеристика GDS «Galileo». 3. Розвиток GDS «Worldspan». 4. Характеристика GDS «Worldspan». 	2	<p>Лабораторна робота 7. Розрахунок вартості за польотними сегментами. Тарифікація. Оформлення квитка.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Розрахунок польотних сегментів з використання різних кваліфікаторів. 2. Тарифікація. 	6	<ol style="list-style-type: none"> 1. Обґрунтувати умови доцільності впровадження GDS «Galileo» в турагентстві. 2. Обґрунтувати умови доцільності впровадження GDS «Galileo» в туристичного оператора. Доповіді оформити у вигляді презентацій. 	9
<p>Тема 8 (Лекція 8). Глобальна система резервування «Sabre».</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Розвиток GDS «Sabre». 2. Характеристика GDS «Sabre». 	2	<p>Лабораторна робота 8. Повернення авіаквитка. Черги та робота з ними. Історія PNR.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Автоматичне повернення авіаквитка. 2. Ручне повернення авіаквитка. <p>Лабораторна робота 9. Обмін авіаквитка. Замовлення, оплата додаткових послуг та зборів (EMD).</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Зміна дати, додавання 	8	<ol style="list-style-type: none"> 1. Обґрунтувати умови доцільності впровадження GDS «Sabre» в турагентстві. 2. Обґрунтувати умови доцільності впровадження GDS «Sabre» в туристичного оператора. Доповіді оформити у вигляді презентацій. 	9

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Кількість годин
		послуг на маршруті та автоматичний обмін квитка. 2. Анулювання квитка.			

Таблиця 4.2 Тематичний план навчальної дисципліни (заочна форма навчання)

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Кількість годин
<i>Модуль 1. Теоретико-практичні засади впровадження та використання CRM-систем на туристичному підприємстві</i>					
<p>Тема 1 (Лекція 1). Основи сучасних інформаційних технологій в туризмі.</p> <p>1. Поняття та склад інформаційного забезпечення туризму.</p> <p>2. Класифікація інформаційних систем та технологій в туризмі</p> <p>3. Автоматизація роботи у туристичному бізнесі.</p> <p>4. Просування туристичних послуг засобами інформаційних технологій.</p>	2	-	-	<p>1. Охарактеризувати вплив інформаційних систем на розвиток туризму.</p> <p>2. Охарактеризувати глобальні системи резервування (GDS), які використовуються на туристичному ринку України.</p> <p>3. Охарактеризувати завдання, які розв'язуються за допомогою геоінформаційних систем (ГІС).</p> <p>4. Охарактеризувати системи електронного документообігу, які застосовуються на туристичних підприємствах України.</p> <p>Доповіді оформити у вигляді презентацій.</p>	14
<p>Тема 2 (Лекція 2). Доцільність застосування та формування відносин з клієнтами засобами CRM-систем на туристичному підприємстві.</p> <p>1. Типи та компоненти технології CRM.</p>	2	<p>Лабораторна робота 1. Формування бази клієнтів у CRM-системі.</p> <p>1. Створення карток клієнтів.</p> <p>2. Створення замовлень клієнтів.</p>	2	<p>1. Охарактеризувати системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM), які використовуються на туристичному ринку України.</p> <p>Доповідь оформити у вигляді презентації.</p>	14

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Кількість годин
<p>2. Обґрунтування доцільності застосування CRM-систем</p> <p>3. Формування відносин з клієнтами засобами CRM-систем.</p> <p>4. Залучення нових клієнтів засобами CRM-систем .</p>				<p>2. Проаналізувати якими засобами система управління взаємовідносинами з клієнтами допомагає у залученні нових клієнтів на прикладі будь-якої української CRM-системи). Доповідь оформити у вигляді презентації.</p> <p>3. Підготувати реферат на тему «Побудова CRM-системи як основи формування комунікаційної політики між туристичним підприємством та кінцевим споживачем».</p>	
<p>Тема 3. Управління туристичними підприємствами засобами CRM-систем.</p> <p>1. Підвищення ефективності маркетингових кампаній засобами CRM-систем.</p> <p>2. Збільшення продажів підприємства засобами CRM-систем.</p> <p>3. Методи ефективного управління підприємством засобами CRM-</p>	-	<p>Лабораторна робота 2. Пошук та підбір та туру в CRM-системі.</p> <p>1. Пошук турів за визначеними параметрами.</p> <p>2. Підбір туру для клієнта за визначеними умовами.</p> <p>Лабораторна робота 3. Надання пропозицій клієнтам за допомогою</p>	-	<p>1. Охарактеризувати хто в турагентстві, окрім менеджерів, ще може і має використовувати системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) і яким чином. Доповідь оформити у вигляді презентації.</p> <p>2. Підготуйте реферат на тему «Воронка продажів, як індикатор ефективності турагентства».</p> <p>3. Обґрунтувати доцільність</p>	14

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Кількість годин
систем.		CRM-системи. 1. Надсилання інформації про тур на електронну пошту засобами CRM. 2. Надсилання інформації про тур на месенджери засобами CRM.		використання CRM-системи для удосконалення процесу прийняття управлінських рішень на туристичному підприємстві. Доповідь оформити у вигляді презентації.	
Тема 4. Впровадження CRM-систем на туристичних підприємствах. 1. Організаційні аспекти впровадження CRM-систем у діяльність туристичного підприємства. 2. Критерії вибору CRM-системи 3. Підготовка та впровадження CRM-системи. 4. Документообіг та інтеграція CRM з іншими системами.	-	Лабораторна робота 4. Договірні відносини та фінансові зобов'язання в CRM-системі. 1. Оформлення. 2. Оплату туру. 3. Подача та підтвердження заявок. 4. Видача документів.	-	1. Підготувати реферат на тему «Оцінювання економічної ефективності впровадження CRM-систем у діяльність туристичних підприємств». 2. Підготувати реферат на тему «CRM-система та її значення у формуванні корпоративного іміджу туристичного підприємства».	14
<i>Модуль 2. Теоретико-практичні засади функціонування GDS-систем в туризмі</i>					
Тема 5 (Лекція 3). Глобальні системи резервування і технології їх використання. 1. Виникнення та еволюція комп'ютерних систем бронювання. 2. Інтеграція глобальних систем	2	Лабораторна робота 5. Продукти та інструменти GDS «Sabre». Розклад, екран наявності місць, інформація про рейс. Елементи бронювання.	-	1. Підготувати реферат на тему «Вплив глобальних систем резервування на розвиток сучасного туристичного бізнесу». 2. Охарактеризувати глобальні системи бронювання, окрім лідерів	14

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Кількість годин
резервування в Інтернеті. 3. Вибір глобальної системи резервування.		1. Інструменти, розклад, наявність місць та можливість бронювання основних елементів. 2. Створення авіа бронювання.		ринку в індустрії комп'ютерного резервування («Amadeus», «Galileo», «Sabre» та «Worldspan»). Доповідь оформити у вигляді презентації.	
Тема 6. Глобальна система резервування «Amadeus». 1. Розвиток GDS «Amadeus». 2. Характеристика GDS «Amadeus».	-	Лабораторна робота 6. Модифікація бронювання. Екран та правила тарифів. Інструменти для розрахунку вартості без польотних сегментів. 1. Додаткові елементи бронювання. 2. Екран тарифів. 3. Інструменти для розрахунку вартості без польотних сегментів.	-	1. Ознайомитися у дистанційному курсі з матеріалами «Amadeus Basic Course» та виконати завдання у робочому зошиті «Оформлення білету». 2. Обґрунтувати умови доцільності впровадження GDS «Amadeus» в турагентстві / туристичного оператора. Доповідь оформити у вигляді презентації.	14
Тема 7 (Лекція 7). Глобальні системи резервування «Galileo» та «Worldspan». 1. Розвиток GDS «Galileo». 2. Характеристика GDS «Galileo». 3. Розвиток GDS «Worldspan» . 4. Характеристика GDS	-	Лабораторна робота 7. Розрахунок вартості за польотними сегментами. Тарифікація. Оформлення квитка. 1. Розрахунок польотних	-	1. Обґрунтувати умови доцільності впровадження GDS «Galileo» в турагентстві. 2. Обґрунтувати умови доцільності впровадження GDS «Galileo» в туристичного оператора. Доповіді оформити у	14

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи у розрізі тем	Кількість годин
«Worldspan».		<p>сегментів з використання різних кваліфікаторів.</p> <p>2. Тарифікація.</p>		<p>вигляді презентацій.</p>	
<p>Тема 8 (Лекція 8). Глобальна система резервування «Sabre».</p> <p>1. Розвиток GDS «Sabre».</p> <p>2. Характеристика GDS «Sabre».</p>	-	<p>Лабораторна робота 8.</p> <p>Повернення авіаквитка. Черги та робота з ними. Історія PNR.</p> <p>1. Автоматичне повернення авіаквитка.</p> <p>2. Ручне повернення авіаквитка.</p> <p>Лабораторна робота 9.</p> <p>Обмін авіаквитка. Замовлення, оплата додаткових послуг та зборів (EMD).</p> <p>1. Зміна дати, додавання послуг на маршруті та автоматичний обмін квитка.</p> <p>2. Анулювання квитка.</p>	-	<p>1. Обґрунтувати умови доцільності впровадження GDS «Sabre» в турагентстві.</p> <p>2. Обґрунтувати умови доцільності впровадження GDS «Sabre» в туристичного оператора. Доповіді оформити у вигляді презентацій.</p>	14

Розділ 5. Система оцінювання знань студентів

Таблиця 5. Розподіл балів за результатами вивчення навчальної дисципліни

Назва модулю, теми	Види робіт			Максимальна кількість балів
	вдвідування та обговорення матеріалу лекцій	виконання завдань лабораторних робіт	завдання самостійної роботи	
<i>Модуль 1. Теоретико-практичні засади впровадження та використання CRM-систем на туристичному підприємстві</i>				
Тема 1. Основи сучасних інформаційних технологій в туризмі	1	-	3	4
Тема 2. Доцільність застосування та формування відносин з клієнтами засобами CRM-систем на туристичному підприємстві	1	4	3	8
Тема 3. Управління туристичними підприємствами засобами CRM-систем	1	4	3	8
Тема 4. Впровадження CRM-систем на туристичних підприємствах	1	4	3	8
Поточний контроль				10
<i>Модуль 2. Теоретико-практичні засади функціонування GDS-систем в туризмі</i>				
Тема 5. Глобальні системи резервування і технології їх використання	1	8	3	12
Тема 6. Глобальна система резервування «Amadeus»	1	8	3	12
Тема 7. Глобальні системи резервування «Galileo» та «Worldspan»	1	8	3	12
Тема 8. Глобальна система резервування «Sabre»	1	12	3	16
Поточний контроль				10
Підсумковий контроль – ПМК				-
Разом				100

Таблиця 6. Шкала оцінювання знань здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	задовільно
60-63	E	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Розділ 6. Інформаційні джерела

Основні

1. CRM for Dummies. Microsoft Limited Edition. By Jorge Carrola Rodrigues. – West Sussex: John Wiley & Sons, Ltd, 2000. – 37 p.
2. Greenberg P. CRM at the Speed of Light. Social CRM Strategies, Tools, and Techniques for Engaging Your Customers. Fourth Edition / P. Greenberg. – USA: McGraw-Hill, 2019. – 689 p.
3. Payne A. Handbook of CRM: Achieving Excellence in Customer Management / A. Payne. – Oxford: TLFеBOOK, 2005. – 459 p.
4. Travelport MyLearning. Galileo Basic Course using Travelport Smartpoint. 2017. – 148 с. URL: <http://www.travelport.ua>.
5. Travelport MyLearning. Galileo for Travel Professionals. 2017. – 242 с. URL: <http://www.travelport.ua>.
6. Офіційний сайт «Amadeus». URL: <https://amadeus.com>.
7. Офіційний сайт «Galileo» (Travelport platform). URL: <http://www.travelport.com.tr/gds/galileo>.
8. Офіційний сайт «Sabre». URL: <https://www.sabre.com/>.
9. Офіційний сайт «Worldspan» (Travelport platform). URL: <http://www.travelport.com.tr/gds/worldspan>.

Додаткові

10. Антошук С. Модель маркетингу, яка керується даними / С. Антошук, О. Фомін // Маркетинг і цифрові технології. – 2017. – Т. 1. – Вип. 2. – С. 92–102.
11. Білоцерківський О. Б. Оцінювання економічної ефективності впровадження CRM-систем у діяльність торговельних підприємств / О. Б. Білоцерківський // Вісник ОНУ ім. І. І. Мечнікова. – 2020. – Т. 25. – Вип. 2 (81). – С. 167–172.
12. Височан О. С. Використання GDS-систем у діяльності туристичних

підприємств / О. С. Височан // Бізнес Інформ. – 2021. – № 6. – С. 78–82.

13. Впровадження CRM-системи – повна інструкція. URL: <https://sendpulse.ua/blog/srm-system-implementation>.

14. Гаврилов В. П. Інформаційні системи і технології в туризмі : навчальний посібник для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм» / В. П. Гаврилов. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. – 168 с.

15. Гуменюк Н. В. Глобальні комп'ютерні системи резервування: практика використання в туристичній галузі України / Н. В. Гуменюк, А. О. Паламарчук // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 4. – Т. 4. – С. 61–64.

16. Зайцева О. О. Електронний бізнес: навчальний посібник / О. О. Зайцева, І. М. Болотинюк; за наук. ред. Н. В. Морзе. – Івано-Франківськ: Лілея НВ, 2015. – 264 с.

17. Кочубей Д. В. Використання CRM-систем у діяльності франчайзингових роздрібних торговельних мереж / Д. В. Кочубей, Т. М. Григоренко // Бізнес Інформ. – 2017. – № 11. – С. 424–429.

18. Крюк А. С. Алгоритм та особливості взаємодії систем бронювання та туристичних підприємств в індустрії туризму під час реалізації туристичного продукту / А. С. Крюк, Л. В. Безкоровайна // Економіка та суспільство. – 2022. – Вип. 45. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1912>.

19. Легкий О. А. Ефективність цифрових маркетингових комунікацій: від постановки мети до оцінювання результату / О. А. Легкий, О. М. Сохацька // Маркетинг і цифрові технології. – 2017. – Т. 1. – Вип. 2. – С. 4–31.

20. Лисюк Т. В. Технологічні інновації у діяльності вітчизняних туристичних підприємств / Т. В. Лисюк, О. С. Терещук, А. А. Арендарчук // Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». – 2021. – Вип. 1 (62). – С. 76–81

21. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк. – Київ : Знання, 2008. – 661 с.

22. Малюкіна А. О. Обґрунтування впровадження CRM-системи для удосконалення процесу прийняття управлінських рішень на підприємстві / А. О. Малюкіна // Науковий вісник Полісся. – 2015. – № 1 (1). – С. 85–90.

23. Марусей Т. В. Впровадження CRM систем у маркетингову діяльність підприємства / Т. В. Марусей // Економіка та держава. – 2016. – № 6. – С. 87–89.

24. Марцінковська О. Організаційні аспекти впровадження CRM-систем у діяльність підприємства / О. Марцінковська, О. Легкий // Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. – 2018. – Вип. 23. – С. 81–85.

25. Мозгова Г. В. Використання CRM-систем на українському ринку: особливості та перспективи / Г. В. Мозгова, А. О. Морозов, О. Д. Фомін // Проблеми системного підходу в економіці. – 2017. – Вип. 2 (58). – С. 89–94.

26. Окландер М. А. Сутність та фактори впливу на рекламну стратегію / М. А. Окландер // Бізнес Інформ. – 2017. – № 1. – С. 342–346.

27. Птащенко О. В. Побудова CRM-системи як основи формування комунікаційної політики між організацією та кінцевим споживачем / О. В. Птащенко, Є. Д. Мірошникова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2016. – № 6 (230). – С. 108–112.

28. Рибачук-Ярова Т. В. Теоретико-методичні засади використання CRM-системи на підприємствах / Т. В. Рибачук-Ярова, М. І. Марченко. URL:

<http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/31910/1/CRM%20system.pdf>.

29. Савран Н. В. CRM-система: етапи розвитку та класифікація видів / Н. В. Савран // Економічний простір. – 2021. – № 168. – С. 72–77.

30. Синявіна Ю. В. Інформаційні технології у сучасній індустрії туризму / Ю. В. Синявіна, Н. М. Проценко, О. Ю. Красовська // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. – 2018. – Вип. 30. – Ч. 2. – С. 156–159.

31. Скопень М. М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник / М. М. Скопень, М. К. Сукач, О. П. Будя, О. І. Артеменко, Л. А. Хрущ. За ред. д.т.н., проф. М. К. Сукача та к.е.н., доц. М. М. Скопеня. – Київ : Ліра-К, 2016. – 764 с.

32. Сніжко Л. Л. Впровадження CRM-системи в роботу підприємств транспорту як спосіб поліпшення рівня обслуговування споживачів / Л. Л. Сніжко, Е. Е. Ахвердієва // Приазовський економічний вісник. – 2018. – Вип. 6 (11). – С. 291–295.

33. Тернов С. О. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі: навчальний посібник / С. О. Тернов. – Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2015. – 302 с.

34. Ткаченко Т. І. Вплив глобальних дистрибутивних систем на розвиток сучасного туристичного бізнесу / Т. І. Ткаченко, Є. В. Козловський // Економіка та держава. – 2018. – № 6. – С. 57–59.

35. Що таке воронка продажів? 10 кроків до побудови воронки. URL: <https://www.ukraine.com.ua/uk/blog/marketing/chto-takoe-voronka-prodazh-10-shagov-k-postroeniyu-voronki.html>.

36. Юрчук Н. П. CRM-системи: особливості функціонування та аналіз українського ринку / Н. П. Юрчук // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2019. – Вип. 23. – Ч. 2. – С. 141-147.

Розділ 7. Програмне забезпечення навчальної дисципліни

1. Загальне програмне забезпечення, до якого входить пакет програмних продуктів Microsoft Office.

2. Спеціалізоване програмне забезпечення комп'ютерної підтримки освітнього процесу з навчальної дисципліни, яке включає перелік конкретних програмних продуктів:

- CRM «Мої туристи» (<https://moituristy.ua/>);
- GDS «Sabre» (<https://srw.cert.sabre.com>).

3. Дистанційний курс «CRM та GDS-системи в туризмі», який розміщено у програмній оболонці Moodle на платформі Центру дистанційного навчання ПУЕТ (<https://el.puet.edu.ua/>).