Львівський професійний коледж
готельно-туристичного та ресторанного сервісу

ЗАТВЕРДЖУЮ
Заступник директора з НМР
_____ Марія СКОРОБОГАТА
26 серпня 2025 р.

Методичні матеріали для проведення самостійної роботи з дисципліни «Інформаційні технології та програмні продукти в готельно-ресторанному бізнесі»

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
Освітньо-професійний ступінь фаховий молодший бакалавр
Освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»

Підготував:
Викладач Степушин О.А.

Погоджено на засіданні циклової комісії викладачів професійно-теоретичної підготовки та майстрів виробничого навчання технологічного профілю
Протокол № 01 від 26 серпня 2025 р.

Голова циклової комісії _____ Ольга СУХАРИНА

Львів 2025

Самостійна робота № 1

Тема: Автоматизовані інформаційні системи і їх призначення.

Мета: Метою вивчення даної теми є формування у студентів цілісного розуміння сутності та структури інформаційних систем, а також з'ясування їхньої визначальної ролі в процесах автоматизації діяльності закладів готельного та ресторанного господарства. Опрацювання матеріалу передбачає аналіз впливу цифрових технологій на систему менеджменту, дослідження особливостей взаємодії підрозділів усередині готельних мереж та вивчення потенціалу інноваційних рішень, зокрема хмарних сервісів і штучного інтелекту, для оптимізації бізнес-процесів і підвищення якості обслуговування гостей.

Завдання

1. Вивчити поняття, структуру та основні функції інформаційних систем у сфері гостинності.
2. Ознайомитися з класифікацією автоматизованих інформаційних систем за різними ознаками.
3. Проаналізувати значення автоматизації для ефективного управління готельно-ресторанним бізнесом.
4. Дослідити можливості використання штучного інтелекту та хмарних технологій як інструментів сучасної автоматизації.

Питання до самоконтролю

1. Яке визначення мають терміни «інформаційна система» та «інформаційна технологія»?
2. За якими критеріями здійснюється класифікація інформаційних систем у сфері HoReCa?
3. У чому полягає призначення автоматизованих інформаційних систем у готельно-ресторанному бізнесі?
4. Які перспективи відкриває використання штучного інтелекту та хмарних систем для автоматизації готелів і ресторанів?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Федосова К.С., Тележенко Л.М. Сучасні інформаційні технології у готельному і ресторанному бізнесі: монографія. — Одеса: ТЕС, 2010. — 264 с.
3. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
4. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посібник. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.

Самостійна робота № 2.

Тема: Зміст і значення інформаційних технологій в готельно-ресторанному бізнесі.

Мета: Ознайомити студентів із сутністю та роллю сучасних інформаційних технологій у забезпеченні ефективної діяльності підприємств готельного та ресторанного господарства. Вивчення теми спрямоване на розкриття змісту технологічних процесів обробки даних, аналіз переваг цифровізації для управління сервісом та розуміння значення ІТ як інструменту підвищення якості обслуговування, оптимізації витрат і зміцнення конкурентних позицій закладу на ринку.

Завдання

1. Опрацювати теоретичний матеріал щодо еволюції та змісту інформаційних технологій у сфері гостинності.
2. Скласти порівняльну таблицю «Традиційні методи управління vs Сучасні інформаційні технології», виділивши критерії: швидкість бронювання, точність обліку, взаємодія з клієнтом та витрати часу персоналу.
3. Зробити короткі конспективні записи щодо основних функцій ІТ у готельно-ресторанному бізнесі (маркетингова, управлінська, комунікаційна).
4. Підготувати аналітичну довідку (до 1 сторінки) про значення автоматизації для забезпечення індивідуального підходу до клієнта.

Питання до самоконтролю

1. У чому полягає основний зміст поняття «інформаційна технологія» в контексті сфери обслуговування?
2. Яке значення мають інформаційні технології для підвищення ефективності роботи адміністратора рецепції та офіціанта?
3. Які основні етапи обробки інформації реалізуються за допомогою ІТ у ресторані?
4. Як використання ІТ впливає на формування лояльності гостей у готельному бізнесі?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Федосова К.С., Тележенко Л.М. Сучасні інформаційні технології у готельному і ресторанному бізнесі: монографія. — Одеса: ТЕС, 2010. — 264 с.
3. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
4. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посібник. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.

Самостійна робота № 3

Тема: Особливості інформаційних технології в готельно-ресторанному бізнесі.

Мета: Розкрити специфіку застосування інформаційних технологій у сфері гостинності, акцентуючи увагу на галузевих особливостях автоматизації сервісних процесів. Опрацювання матеріалу передбачає вивчення інструментів персоналізації послуг, особливостей електронного бронювання та систем управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM), що дозволяє студентам зрозуміти унікальні вимоги до програмного забезпечення в готелях і ресторанах порівняно з іншими галузями економіки.

Завдання

1. Опрацювати теоретичні аспекти галузевої специфіки IT у сфері HoReCa.
2. Скласти перелік основних вимог до програмних продуктів, що використовуються в готельно-ресторанному бізнесі (надійність, швидкість, інтерфейс, інтеграція).
3. Проаналізувати та занотувати особливості технологій мобільного сервісу (мобільні додатки для замовлення їжі або чекіну в готелі).
4. Підготувати порівняльну характеристику (у вигляді тез) особливостей IT для готелів та IT для ресторанів.

Питання до самоконтролю

1. У чому полягають основні особливості інформаційних технологій у готельному господарстві порівняно з іншими сферами?
2. Як специфіка послуг (невідчутність, нездатність до зберігання) впливає на вибір інформаційних технологій у закладі?
3. Яку роль відіграють CRM-системи у забезпеченні індивідуального підходу до кожного гостя?
4. Які особливості захисту персональних даних клієнтів існують у системах автоматизації закладів гостинності?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Федосова К.С., Тележенко Л.М. Сучасні інформаційні технології у готельному і ресторанному бізнесі: монографія. — Одеса: ТЕС, 2010. — 264 с.
3. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
4. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посібник. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.

Самостійна робота № 4

Тема: Інформаційні технології та автоматизація роботи готелю.

Мета: Вивчити архітектуру та функціональні можливості систем автоматизації готельної діяльності, сформувавши у студентів розуміння того, як комплексне впровадження програмних продуктів забезпечує автоматизацію циклу обслуговування гостя від резервування до виїзду. Опрацювання теми спрямоване на опанування принципів роботи систем управління готелем (PMS), інтеграції сервісів самообслуговування та цифрових каналів продажу, що є критично важливим для підвищення операційної ефективності та якості сервісу в сучасному готельному бізнесі.

Завдання

1. Проаналізувати етапи технологічного циклу обслуговування гостя та визначити, які IT-рішення використовуються на кожному з них.
2. Скласти структурно-логічну схему «Модулі типової автоматизованої системи управління готелем (PMS)», відобразивши взаємозв'язок між службою прийому, службою експлуатації номерного фонду та бухгалтерією.
3. Оформити конспект щодо функціональних переваг використання електронних замків та інтелектуальних систем управління будівлею (Smart Room).
4. Ознайомитися з принципами роботи модулів онлайн-бронювання та їхнім впливом на прямі продажі готельних послуг.

Питання до самоконтролю

1. Що таке PMS (Property Management System) та які її основні функції в роботі готелю?
2. Як автоматизація роботи служби Front Office впливає на швидкість реєстрації поселення та виїзду гостей?
3. Які переваги надає інтеграція системи управління готелем із системами ресторанного обліку та електронними ключами?
4. Яку роль відіграють мобільні додатки для персоналу (наприклад, для служби Housekeeping) у підвищенні ефективності роботи готелю?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Федосова К.С., Тележенко Л.М. Сучасні інформаційні технології у готельному і ресторанному бізнесі: монографія. — Одеса: ТЕС, 2010. — 264 с.
3. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
4. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посібник. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.

Самостійна робота № 5

Тема: Особливості автоматизації менеджменту в готельній індустрії. Автоматизація готельних холдингів і мереж.

Мета: Розширити знання студентів про специфіку цифрового управління управлінськими процесами в готельному бізнесі, зосередивши увагу на інструментах стратегічного та операційного менеджменту. Вивчення теми передбачає опанування методів централізованого управління великими готельними об'єднаннями, розуміння принципів роботи хмарних мультиготельних систем та вивчення технологій контролю показників ефективності (KPI) на рівні мережі, що дозволяє забезпечити єдині стандарти сервісу та оптимізацію ресурсів у межах холдингу.

Завдання

1. Опрацювати теоретичні засади автоматизації управлінської діяльності в готелях різного масштабу.
2. Скласти порівняльну таблицю «Локальна автоматизація окремого готелю vs Централізована автоматизація мережі», вказавши відмінності в обробці даних, доступі до звітності та управлінні персоналом.
3. Зробити тематичні записи щодо функціоналу систем класу CRS (Central Reservation System) для готельних ланцюгів.
4. Проаналізувати та коротко описати переваги використання систем Revenue Management (управління доходами) для менеджерів готельних мереж.

Питання до самоконтролю

1. У чому полягають основні складнощі автоматизації менеджменту в готельних холдингах порівняно з незалежними готелями?
2. Які переваги надає менеджменту єдина клієнтська база даних для всіх готелів мережі?
3. Що таке централізована система бронювання (CRS) та яке її значення для автоматизації продажів у мережевих структурах?
4. Які програмні інструменти використовуються для контролю за дотриманням корпоративних стандартів у різних філіях готельного холдингу?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Федосова К.С., Тележенко Л.М. Сучасні інформаційні технології у готельному і ресторанному бізнесі: монографія. — Одеса: ТЕС, 2010. — 264 с.
3. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
4. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посібник. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.

Самостійна робота № 6

Тема: Спільна робота за допомогою хмарних технологій.

Мета: Ознайомити студентів із сучасними інструментами організації колективної діяльності в готельно-ресторанному бізнесі на основі хмарних сервісів. Вивчення теми передбачає засвоєння принципів функціонування SaaS-платформ, опанування методів дистанційної взаємодії між персоналом та менеджментом, а також аналіз переваг спільного доступу до даних у режимі реального часу для забезпечення оперативності та прозорості бізнес-процесів у закладах гостинності.

Завдання

1. Вивчити основні категорії хмарних сервісів для спільної роботи (текстові редактори, таблиці, календарі, таск-менеджери).
2. Скласти перелік переваг та ризиків використання хмарних технологій для спільного редагування документів у готелі.
3. Оформити записи щодо можливостей використання сервісів Google Workspace або Microsoft 365 для координації роботи банкетної служби ресторану.
4. Скласти алгоритм дій для організації спільного доступу до графіка виходу персоналу на зміну за допомогою хмарних таблиць.

Питання до самоконтролю

1. Що таке хмарні технології та в чому їхня головна відмінність від локальних програмних продуктів?
2. Які сервіси забезпечують можливість одночасної роботи кількох користувачів над одним документом?
3. Як хмарні технології сприяють покращенню комунікації між фронт-офісом та бек-офісом готелю?
4. Які заходи безпеки необхідно вживати при організації спільної роботи в хмарі з конфіденційною інформацією закладу?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
3. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посібник. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.
4. Войнаренко М.П., Кузьміна О.М., Янчук Т.В. Інформаційні системи і технології в управлінні організацією: навч. посібник. — Вінниця: Едельвейс і К, 2015. — 496 с.

Самостійна робота № 7

Тема: Основні функції та модулі систем автоматизації управління готелем.

Мета: Поглибити знання студентів про внутрішню архітектуру сучасних систем управління готелем (Property Management Systems — PMS) через детальне вивчення їхніх ключових функціональних блоків. Опрацювання теми спрямоване на розуміння принципів роботи окремих модулів, таких як «Портьє», «Каса», «Бронювання», «Поверхи», та їхньої ролі в забезпеченні безперервного циклу обслуговування гостей, що дозволяє майбутнім фахівцям ефективно використовувати програмне забезпечення для оптимізації щоденних операційних процесів готелю.

Завдання

1. Ознайомитися з переліком обов'язкових та додаткових модулів, що входять до складу професійних систем автоматизації (наприклад, Fidelio, Opera, OtelMS).
2. Скласти таблицю-експлікацію «Функціональні можливості модулів PMS», де для кожного модуля (Бронювання, Рецепція, Бухгалтерія, Склад) зазначити по 3–4 ключові операції.
3. Зробити конспективний опис функцій модуля «Поверхи» (Housekeeping) та його ролі в оперативній комунікації між службами готелю.
4. Підготувати схему взаємодії головного модуля системи з периферійним обладнанням (фіскальні реєстратори, сканери паспортів, зчитувачі карток-ключів).

Питання до самоконтролю

1. Які модулі системи управління готелем вважаються базовими для роботи служби прийому та розміщення?
2. Які завдання виконує модуль «Бронювання» та як він взаємодіє із зовнішніми каналами продажів (OTA)?
3. Яким чином модуль «Нічний аудит» забезпечує контроль фінансової звітності готелю за добу?
4. У чому полягає призначення модуля «Звіти та аналітика» для керівної ланки готелю?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Скопень М.М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі: навч. посібник. — К.: Кондор, 2016. — 302 с.
3. Федосова К.С., Тележенко Л.М. Сучасні інформаційні технології у готельному і ресторанному бізнесі: монографія. — Одеса: ТЕС, 2010. — 264 с.

Самостійна робота № 8

Тема: Інтернет речей (IoT).

Мета: Ознайомити студентів із концепцією Інтернету речей (Internet of Things) та прикладними аспектами її реалізації в готельно-ресторанному бізнесі. Вивчення теми передбачає розгляд принципів взаємодії інтелектуальних пристроїв, аналіз переваг впровадження «розумних» технологій для автоматизації інженерних систем готелю (енергозбереження, безпека), а також вивчення ролі IoT у створенні персоналізованого клієнтського досвіду та оптимізації операційних витрат підприємств гостинності.

Завдання

1. Опрацювати теоретичний матеріал щодо архітектури та компонентів систем Інтернету речей (датчики, мережі, хмарні платформи).
2. Скласти перелік конкретних прикладів використання IoT-пристроїв у «розумному номері» (Smart Room), описавши їхній вплив на комфорт гостя.
3. Оформити конспект на тему «Економічна ефективність IoT: автоматизація систем освітлення та клімат-контролю в готелі».
4. Скласти порівняльну характеристику (у формі тез) використання IoT у ресторанному залі та на професійній кухні (контроль температури зберігання продуктів, моніторинг роботи обладнання).

Питання до самоконтролю

1. Що таке Інтернет речей (IoT) та які основні принципи лежать в основі цієї технології?
2. Як використання IoT-датчиків допомагає готелям зменшити витрати на комунальні послуги?
3. Які можливості надає технологія IoT для покращення безпеки гостей та персоналу в закладі?
4. Які основні виклики (технічні, безпекові) виникають при впровадженні систем Інтернету речей у готельно-ресторанному господарстві?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
3. Федосова К.С., Тележенко Л.М. Сучасні інформаційні технології у готельному і ресторанному бізнесі: монографія. — Одеса: ТЕС, 2010. — 264 с.
4. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посібник. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.

Самостійна робота № 9

Тема: Використання IoT пристроїв у готелі.

Мета: Поглибити практичне розуміння функціонування конкретних категорій пристроїв Інтернету речей та їхньої інтеграції в єдину цифрову екосистему сучасного готелю. Опрацювання теми спрямоване на вивчення технічних можливостей сенсорів, контролерів та актуаторів у забезпеченні безконтактного сервісу, персоналізації налаштувань номера під запити гостя та впровадження предиктивного сервісу, що дозволяє виявляти несправності обладнання ще до моменту звернення клієнта.

Завдання

1. Проаналізувати та занотувати класифікацію IoT-пристроїв для готелів (датчики руху, інтелектуальні термостати, розумні дзеркала, системи голосового управління).
2. Скласти чек-лист «Етапи взаємодії гостя з IoT-пристроями під час перебування у готелі» (від мобільного чекіну до управління освітленням та мікрокліматом у номері).
3. Розробити порівняльну характеристику традиційних методів контролю за ресурсами та методів на основі IoT-моніторингу (витрати води, електроенергії, робочий час персоналу).
4. Описати функціонал мобільного додатку гостя як центрального вузла управління IoT-інфраструктурою готельного номера.

Питання до самоконтролю

1. Які саме IoT-пристрої забезпечують концепцію «цифрового ключа» (Digital Key) у готелі?
2. Яким чином дані з датчиків присутності допомагають оптимізувати роботу служби Housekeeping?
3. Яку роль відіграють смарт-панелі та голосові помічники в автоматизації замовлення послуг (Room Service) безпосередньо з номера?
4. Які переваги отримує технічна служба готелю від використання IoT-моніторингу роботи кухонного та холодильного обладнання?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
3. Федосова К.С., Тележенко Л.М. Сучасні інформаційні технології у готельному і ресторанному бізнесі: монографія. — Одеса: ТЕС, 2010. — 264 с.

Самостійна робота № 10

Тема: Системи бронювання і резервування в галузі гостинності.

Мета: Вивчити механізми функціонування сучасних систем дистрибуції готельних послуг та навчитися розрізняти різні канали онлайн-продажів. Опрацювання теми спрямоване на розуміння принципів взаємодії між глобальними системами резервування (GDS), інтернет-системами бронювання (IDS/ADS) та модулями прямого бронювання на сайтах готелів, що дозволяє майбутнім фахівцям ефективно керувати завантаженням номерного фонду та оптимізувати доходи підприємства.

Завдання

1. Ознайомитися з історією виникнення та принципами роботи глобальних систем дистрибуції (Amadeus, Sabre, Galileo, Worldspan).
2. Скласти порівняльну таблицю «Переваги та недоліки бронювання через ОТА (Booking, Expedia) та через офіційний сайт готелю».
3. Зробити короткий конспект про роль «менеджера каналів» (Channel Manager) у запобіганні овербукінгу (перебронюванню).
4. Проаналізувати алгоритм підтвердження броні в автоматизованій системі та вивчити види гарантій (гарантоване та негарантоване бронювання).

Питання до самоконтролю

1. Чим відрізняються глобальні системи бронювання (GDS) від альтернативних систем бронювання (ADS)?
2. Яку роль відіграє модуль онлайн-бронювання на офіційному веб-сайті готелю для підвищення його прибутковості?
3. Що таке «паритет цін» і чому він важливий при роботі з різними системами резервування?
4. Як відбувається автоматичне оновлення інформації про наявність вільних номерів у всіх каналах продажу одночасно?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
3. Скопень М.М. Комп’ютерні інформаційні технології в туризмі: навч. посібник. — К.: Кондор, 2016. — 302 с.
4. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посібник. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.

Самостійна робота № 11

Тема: Можливості комп'ютерних систем бронювання.

Мета: Ознайомити студентів із широким спектром функціональних можливостей сучасних комп’ютерних систем бронювання (Computer Reservation Systems — CRS) та їхньою роллю у цифровому маркетингу готельних послуг. Вивчення теми передбачає аналіз інструментів для управління тарифами, завантаженням та категоріями номерів у режимі реального часу, а також дослідження механізмів інтеграції з глобальними мережами продажу для забезпечення максимального охоплення цільової аудиторії та автоматизації процесу підтвердження замовлень.

Завдання

1. Дослідити та законспектувати основні технічні можливості сучасних CRS (гнучке управління цінами, автоматична розсилка підтверджень, формування звітів про джерела бронювань).
2. Скласти перелік сервісних можливостей систем бронювання для клієнта (вибір конкретного номера на карті поверху, замовлення додаткових послуг під час броні, використання промокодів).
3. Скласти порівняльну таблицю «Функціонал CRS для адміністратора готелю vs Функціонал для кінцевого споживача».
4. Проаналізувати можливості інтеграції систем бронювання з платіжними шлюзами для проведення безпечних онлайн-транзакцій.

Питання до самоконтролю

1. Які основні функції виконує комп’ютерна система бронювання на рівні окремого готельного підприємства?
2. Як за допомогою системи бронювання реалізується стратегія динамічного ціноутворення?
3. Які додаткові сервіси (крім продажу номерів) можна реалізувати через сучасні системи резервування?
4. Яким чином CRS допомагає збирати та аналізувати дані про вподобання гостей для подальшої маркетингової діяльності?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
3. Скопень М.М. Комп’ютерні інформаційні технології в туризмі: навч. посібник. — К.: Кондор, 2016. — 302 с.

Самостійна робота № 12

Тема: Основні функції та модулі систем автоматизації управління рестораном.

Мета: Сформувати у студентів систему знань про структуру та функціональні можливості спеціалізованого програмного забезпечення для ресторанного бізнесу (POS-систем). Вивчення теми передбачає детальний розгляд архітектури систем автоматизації, що охоплюють процеси від моменту прийняття замовлення офіціантом до складського обліку та аналізу фінансових результатів, що дозволяє майбутнім фахівцям ефективно керувати операційною діяльністю закладу харчування.

Завдання

1. Опрацювати теоретичний матеріал щодо функціонального поділу ресторанних систем на Front-office (обслуговування клієнтів) та Back-office (управління та облік).
2. Скласти схему взаємодії модулів «Каса», «Кухня» та «Склад» при проходженні замовлення від гостя до виконання.
3. Оформити конспект щодо можливостей модуля «Інвентаризація» та методів автоматичного списання інгредієнтів згідно з технологічними картками.
4. Скласти порівняльну характеристику функцій термінала офіціанта та робочого місця адміністратора ресторану.

Питання до самоконтролю

1. Які основні функції виконує модуль Front-office у системі автоматизації ресторану?
2. Як автоматизація складського обліку допомагає контролювати фуд-кост (собівартість страв) у реальному часі?
3. Яке призначення мобільних терміналів для офіціантів та як вони впливають на швидкість сервісу?
4. Які можливості надає аналітичний модуль системи для планування закупівель та оптимізації меню?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Федосова К.С., Тележенко Л.М. Сучасні інформаційні технології у готельному і ресторанному бізнесі: монографія. — Одеса: ТЕС, 2010. — 264 с.
3. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
4. Скопень М.М. Комп’ютерні інформаційні технології в туризмі: навч. посібник. — К.: Кондор, 2016. — 302 с.

Самостійна робота № 13

Тема: Використання IoT пристроїв в ресторані.

Мета: Розкрити специфіку та практичне значення впровадження пристроїв Інтернету речей у діяльність сучасних закладів ресторанного господарства. Вивчення теми передбачає аналіз технологій для автоматизації кухонних процесів, моніторингу умов зберігання продуктів, оптимізації роботи залу та підвищення якості взаємодії з гостями через інтелектуальні системи обслуговування, що сприяє зниженню витрат та підвищенню операційної ефективності ресторану.

Завдання

1. Дослідити та законспектувати основні напрями застосування IoT у ресторані: «розумна кухня», моніторинг інвентарю, управління енергоспоживанням та інтерактивний сервіс у залі.
2. Скласти перелік IoT-пристроїв для ресторанної кухні (розумні печі з дистанційним керуванням, датчики температури в холодильниках, системи автоматичного контролю фритюру) та описати їхні функції.
3. Оформити у вигляді тез переваги використання «розумних кнопок» виклику офіціанта та інтерактивних столів або меню з підтримкою IoT.
4. Проаналізувати можливості використання IoT-ваг та сенсорів для автоматизації інвентаризації складських залишків алкоголю та продуктів.

Питання до самоконтролю

1. Як датчики температури та вологості, підключені до мережі IoT, допомагають дотримуватися стандартів HACCP у ресторані?
2. Яким чином «розумне» кухонне обладнання допомагає шеф-кухарю контролювати якість приготування страв та зменшувати кількість відходів?
3. Які можливості для маркетингу надає використання Beacon-технологій (IoT-маячків) у зоні розташування ресторану?
4. Як Інтернет речей допомагає в оптимізації витрат на електроенергію та водопостачання в закладах харчування?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
3. Скопень М.М. Комп’ютерні інформаційні технології в туризмі: навч. посібник. — К.: Кондор, 2016. — 302 с.

Самостійна робота № 14

Тема: Особливості автоматизації ресторанних мереж.

Мета: Вивчити специфіку побудови та експлуатації централізованих інформаційних систем для управління мережевими закладами громадського харчування. Опрацювання теми спрямоване на розуміння принципів консолідації даних, віддаленого моніторингу роботи окремих точок у реальному часі, управління єдиною програмою лояльності та централізованим постачанням, що дозволяє майбутнім фахівцям забезпечувати масштабованість бізнесу та стабільність стандартів якості в усіх закладах мережі.

Завдання

1. Ознайомитися з архітектурою мережевих рішень (наприклад, iikoChain, r-keeper HeadOffice) та механізмами синхронізації даних між локальними серверами ресторанів і центральним офісом.
2. Скласти порівняльну таблицю «Управління поодиноким рестораном vs Мережеве управління», виділивши критерії: контроль фуд-косту, управління персоналом, маркетингові акції та складська логістика.
3. Оформити конспект щодо функцій кол-центру та систем автоматизації власної служби доставки для ресторанної мережі.
4. Розробити алгоритм впровадження єдиної системи лояльності, яка б дозволяла ідентифікувати гостя та накопичувати бонуси в будь-якому закладі мережі.

Питання до самоконтролю

1. Які основні переваги надає власнику бізнесу централізована система автоматизації ресторанної мережі?
2. Як автоматизація допомагає контролювати зловживання персоналу та дотримання касової дисципліни у віддалених точках?
3. Яким чином здійснюється централізоване управління меню та ціноутворенням для різних регіональних філій мережі?
4. Яку роль відіграє хмарна звітність у прийнятті оперативних управлінських рішень менеджером мережі?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Федосова К.С., Тележенко Л.М. Сучасні інформаційні технології у готельному і ресторанному бізнесі: монографія. — Одеса: ТЕС, 2010. — 264 с.
3. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
4. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посібник. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.

Самостійна робота № 15

Тема: Популярні системи HRIS. Системи управління людським капіталом — HCM (Human Capital Management).

Мета: Ознайомити студентів із сучасними програмними рішеннями для автоматизації управління персоналом у сфері гостинності, розкривши відмінності між базовими кадровими системами (HRIS) та комплексними стратегічними платформами управління людським капіталом (HCM). Вивчення теми спрямоване на розуміння функціоналу цифрового рекрутингу, адаптації, навчання та оцінки ефективності співробітників, що дозволяє оптимізувати роботу HR-департаменту в умовах високої плинності кадрів, характерної для готельно-ресторанного бізнесу.

Завдання

1. Опрацювати теоретичний матеріал щодо еволюції систем управління персоналом: від простого кадрового обліку (HRIS) до стратегічного управління талантами (HCM).
2. Скласти порівняльну таблицю популярних систем (наприклад, BambooHR, Workday, SAP SuccessFactors або спеціалізованих модулів у складі PMS/POS), порівнюючи їх за можливостями: облік робочого часу, нарахування бонусів, навчання та аналітика.
3. Зробити тематичні записи щодо значення систем самообслуговування працівників (ESS — Employee Self-Service) у сучасному готелі.
4. Проаналізувати та описати переваги автоматизації процесу онбордингу (введення в посаду) для лінійного персоналу ресторану.

Питання до самоконтролю

1. У чому полягає ключова різниця між функціями систем HRIS та HCM?
2. Які специфічні модулі управління персоналом необхідні готельним мережам для контролю графіків роботи та змінності?
3. Як системи HCM допомагають у формуванні кадрового резерву та професійному розвитку працівників готелю?
4. Яку роль відіграє аналітика в HR-системах для зниження рівня плинності кадрів у ресторанному бізнесі?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Войнаренко М.П., Кузьміна О.М., Янчук Т.В. Інформаційні системи і технології в управлінні організацією: навч. посібник. — Вінниця: Едельвейс і К, 2015. — 496 с.
3. Гужва В.М. Інформаційні системи і технології на підприємствах: навч. посібник. – К.: КНТЕУ, 2013. — 400 с.

Самостійна робота № 16

Тема: Система управління людськими ресурсами — HRMS (Human Resource Management System).

Мета: Вивчити архітектуру та функціональні можливості систем класу HRMS як найбільш комплексного інструменту цифровізації кадрових процесів у готельно-ресторанному бізнесі. Опрацювання теми передбачає засвоєння принципів поєднання функцій IT-управління кадрами та розрахунку заробітної плати (Payroll), аналіз інструментів для автоматизації складних графіків виходу персоналу, а також вивчення ролі аналітичних звітів у прийнятті стратегічних рішень щодо розвитку персоналу в індустрії гостинності.

Завдання

1. Проаналізувати та занотувати ключову відмінність HRMS від систем HRIS та HCM, акцентуючи увагу на глибокій інтеграції з фінансовими модулями.
2. Скласти перелік основних функціональних блоків HRMS-системи (кадровий облік, облік робочого часу, payroll, соціальні пільги та компенсації).
3. Скласти порівняльну таблицю «Традиційний облік робочого часу vs Автоматизований тайм-трекінг у HRMS» для мережевого готелю.
4. Оформити у вигляді тез переваги використання модулів «Self-Service» для лінійного персоналу ресторану (можливість самостійно переглядати графік змін, залишати заявки на відпустку тощо).

Питання до самоконтролю

1. Що таке HRMS та які технічні можливості відрізняють її від базових кадрових програм?
2. Яким чином модуль Payroll у складі HRMS забезпечує автоматизацію нарахування виплат з урахуванням бонусів та штрафів у HoReCa?
3. Як інтеграція HRMS із системами контролю доступу допомагає моніторити фактичний робочий час працівників готелю?
4. Які аналітичні звіти HRMS є найбільш критичними для менеджера готельної мережі при плануванні бюджету на персонал?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Войнаренко М.П., Кузьміна О.М., Янчук Т.В. Інформаційні системи і технології в управлінні організацією: навч. посібник. — Вінниця: Едельвейс і К, 2015. — 496 с.
3. Гужва В.М. Інформаційні системи і технології на підприємствах: навч. посібник. – К.: КНТЕУ, 2013. — 400 с.

Самостійна робота № 17

Тема: Поширені в Україні програми для управління персоналом: HURMA System, Zoho People, BambooHR.

Мета: Проаналізувати функціональні можливості та практичні переваги програмних продуктів для управління персоналом, що мають найбільший попит на українському ринку послуг гостинності. Вивчення теми передбачає детальне ознайомлення з інтерфейсами та інструментами автоматизації HR-процесів (від рекрутингу до аналітики) у розрізі специфіки вітчизняного законодавства, мовної локалізації та можливостей інтеграції з українськими обліковими системами.

Завдання

1. Ознайомитися з офіційними характеристиками систем HURMA System, Zoho People та BambooHR, виділивши їхні унікальні торгові пропозиції.
2. Скласти порівняльну таблицю «Топ-3 HR-системи в Україні», порівнюючи їх за критеріями: наявність української локалізації, підтримка вимог КЗпП (відпустки, лікарняні), інтеграція з сайтами пошуку роботи (Work.ua, Robota.ua) та вартість для малого/середнього готелю.
3. Проаналізувати та занотувати можливості системи HURMA щодо використання штучного інтелекту в підборі персоналу та моніторингу настроїв (Employee Satisfaction).
4. Оформити у вигляді тез переваги екосистеми Zoho People для автоматизації відряджень та обліку витрат персоналу.

Питання до самоконтролю

1. Чому система HURMA System вважається однією з найбільш адаптованих для українського бізнесу?
2. Які функціональні модулі системи BambooHR є найбільш корисними для управління корпоративною культурою в готелі?
3. У чому полягає складність впровадження іноземних систем, таких як Zoho People, у роботу вітчизняних ресторанів та готелів?
4. Які можливості для мобільної роботи співробітників (Mobile App) надають ці системи та як це впливає на залученість персоналу?

Список використаної літератури

1. Войнаренко М.П., Кузьміна О.М., Янчук Т.В. Інформаційні системи і технології в управлінні організацією: навч. посібник. — Вінниця: Едельвейс і К, 2015. — 496 с.
2. Гужва В.М. Інформаційні системи і технології на підприємствах: навч. посібник. – К.: КНТЕУ, 2013. — 400 с.
3. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.

Самостійна робота № 18

Тема: Створення бізнес-акаунтів у соціальних мережах. Формування візуального стилю бренду: логотип, кольори, стиль фото.

Мета: Опанувати практичні навички представлення готельно-ресторанного бренду в цифровому просторі через створення професійних бізнес-профілів та розробку цілісної візуальної ідентичності. Вивчення теми спрямоване на розуміння алгоритмів налаштування соціальних мереж (Facebook, Instagram, TikTok) для бізнесу, вивчення психології сприйняття кольорів у сервісі та принципів створення естетичного контенту, що формує впізнаваність закладу та залучає потенційних гостей у 2026 році.

Завдання

1. Ознайомитися з технічними етапами переведення особистого профілю в бізнес-акаунт (налаштування категорій, кнопок дії «Забронювати», «Меню», контактних даних).
2. Скласти «Мудборд» (візуальну дошку) для умовного готелю чи ресторану, що включає: логотип, основну та додаткову палітру кольорів, приклади шрифтів та референси фотографій (інтер'єр, страви, лайфстайл).
3. Розробити концепцію «Візуальної сітки» Instagram-профілю на 9 постів, дотримуючись обраного стилю (мінімалізм, лофт, класика тощо).
4. Оформити конспект щодо сучасних трендів фуд-фотографії та мобільної зйомки інтер'єрів для соціальних мереж.

Питання до самоконтролю

1. Які основні переваги надає бізнес-акаунт у Instagram порівняно зі звичайним профілем для власника ресторану?
2. Як правильно підібрати кольорову гаму для бренду готелю, щоб транслювати атмосферу затишку або розкоші?
3. Що таке «Brand Book» та чому важливо дотримуватися єдиного візуального стилю у всіх соціальних мережах закладу?
4. Які елементи візуального стилю (логотип, палітра) найбільше впливають на впізнаваність бренду в стрічці новин користувача?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
3. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посібник. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.
4. Джефкінс Ф. Реклама: Практичний посібник. — К.: Знання, 2011. — 456 с. (розділи щодо візуальної ідентифікації).

Самостійна робота № 19

Тема: Планування майбутніх публікацій, взаємодія з аудиторією.

Мета: Навчити студентів стратегічному підходу до ведення соціальних мереж у сфері гостинності, опанувавши інструменти медіапланування та методи ефективної комунікації з потенційними та наявними гостями. Вивчення теми спрямоване на розвиток навичок створення контент-планів, аналізу активності аудиторії, роботи з відгуками (як позитивними, так і негативними) та використання сервісів автопостингу для підтримання постійної присутності бренду в інформаційному просторі.

Завдання

1. Розробити контент-план на один тиждень для готелю або ресторану, розподіливши публікації за типами (інформаційні, розважальні, продаючі) та форматами (пости, Stories, Reels).
2. Ознайомитися з функціоналом сервісів для планування публікацій (наприклад, Meta Business Suite, Canva Content Planner) та занотувати їхні основні можливості.
3. Скласти скрипти (шаблони відповідей) для взаємодії з аудиторією в коментарях та Direct: відповідь на запитання про ціну, подяка за позитивний відгук, опрацювання скарги на якість обслуговування.
4. Скласти перелік інструментів для підвищення залученості (Engagement Rate) у Stories: опитування, тести, вікторини, вікна для запитань.

Питання до самоконтролю

1. Чому регулярність публікацій є критично важливою для алгоритмів соціальних мереж у 2026 році?
2. Які існують золоті правила «Tone of Voice» (голосу бренду) при спілкуванні з гостями закладу в мережі?
3. Як правильно працювати з негативними відгуками в публічному просторі, щоб зберегти репутацію закладу?
4. Що таке «час пікової активності» аудиторії та як його визначити за допомогою вбудованої аналітики соцмереж?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
3. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посібник. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.
4. Халілов Д. Маркетинг у соціальних мережах. — К.: Моноліт, 2019. — 240 с.

Самостійна робота № 20

Тема: Сучасні месенджери: Viber, WhatsApp, Telegram. Використання месенджерів у роботі з клієнтами.

Мета: Вивчити функціональні можливості популярних месенджерів як інструментів прямої комунікації та операційного управління в готельно-ресторанному бізнесі. Опрацювання теми спрямоване на опанування навичок створення бізнес-профілів, каналів та чат-ботів у Viber, WhatsApp та Telegram, аналіз переваг миттєвого обміну повідомленнями для бронювання, підтримки гостей та розсилки персоналізованих пропозицій, що дозволяє значно підвищити швидкість сервісу та лояльність клієнтів.

Завдання

1. Проаналізувати та занотувати порівняльну характеристику Viber, WhatsApp та Telegram з точки зору бізнес-інструментів (наявність бізнес-акаунтів, автоматичних відповідей, можливості сегментації бази).
2. Скласти алгоритм створення та налаштування бізнес-профілю у WhatsApp Business для ресторану (опис, години роботи, каталог страв).
3. Розробити структуру (дерево відповідей) для найпростішого чат-бота в Telegram для готелю, що включає розділи: «Наявність номерів», «Ціни», «Локація», «Зв’язок з адміністратором».
4. Оформити конспект щодо етикету ділового листування в месенджерах: швидкість відповіді, використання емодзі, допустимий час для розсилок та робота з голосовими повідомленнями.

Питання до самоконтролю

1. Які переваги надає використання месенджерів порівняно з традиційними телефонними дзвінками та електронною поштою в готелі?
2. Що таке WhatsApp Business API та які можливості він відкриває для великих готельних мереж?
3. Як за допомогою Telegram-каналів або спільнот у Viber можна ефективно інформувати постійних клієнтів ресторану про акції та новинки меню?
4. Які існують ризики безпеки та конфіденційності даних при передачі інформації про бронювання через месенджери?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посібник. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. — К.: Видавнича група КМ-БУКС, 2018. — 208 с.

Самостійна робота № 21

Тема: Функції та наповнення вебсайту закладу. Основні розділи сайту.

Мета: Ознайомити студентів із роллю офіційного вебсайту як ключового інструменту прямих продажів та цифрового обличчя підприємства гостинності. Вивчення теми спрямоване на засвоєння принципів формування інформаційної архітектури сайту, опанування вимог до контенту (текстового, візуального, технічного) та аналіз функціональних модулів, що забезпечують зручність користувача (UX) і конверсію відвідувачів у реальних гостей закладу.

Завдання

1. Опрацювати теоретичний матеріал щодо основних функцій сайту: іміджевої, інформаційної, комунікаційної та комерційної (бронювання/замовлення).
2. Скласти розгорнуту структуру (карту сайту) для готелю, виділивши обов'язкові розділи: «Головна», «Номери», «Послуги/Ресторан», «Акції», «Фотогалерея», «Контакти» та «Бронювання».
3. Зробити конспективні записи щодо вимог до наповнення розділу «Номери» (опис категорій, перелік зручностей, актуальні ціни, якісні фото 360°).
4. Проаналізувати та описати значення адаптивної верстки (Mobile Friendly) для сучасного вебсайту ресторану в умовах переважання мобільного трафіку.

Питання до самоконтролю

1. Чому офіційний сайт готелю вважається пріоритетним каналом бронювання порівняно з системами-посередниками (OTA)?
2. Які технічні елементи (віджети) мають бути присутні на головній сторінці для швидкого зв'язку з клієнтом?
3. Яку інформацію необхідно розмістити в розділі «Контакти», щоб полегшити гостю пошук закладу та комунікацію?
4. Яку роль відіграє розділ «Відгуки» або інтеграція з TripAdvisor на сайті закладу гостинності?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
3. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посібник. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.
4. Скопень М.М. Комп’ютерні інформаційні технології в туризмі: навч. посібник. — К.: Кондор, 2016. — 302 с.

Самостійна робота № 22

Тема: Мобільна адаптивність та кросбраузерність вебсайту.

Мета: Вивчити технічні вимоги до сучасних вебсайтів у сфері гостинності, що забезпечують коректне відображення та функціонування ресурсу на різних пристроях і в різних програмах-переглядачах. Опрацювання теми спрямоване на розуміння критичної важливості мобільного трафіку для бронювання готелів та замовлення столиків, а також на аналіз впливу технічної досконалості сайту на користувацький досвід (UX) та позиції закладу в пошукових системах (SEO).

Завдання

1. Опрацювати теоретичний матеріал щодо концепції **Mobile First** та її значення для індустрії HoReCa (статистика використання смартфонів для швидкого бронювання).
2. Скласти порівняльну характеристику адаптивної верстки (Responsive Design) та окремої мобільної версії сайту, виділивши переваги та недоліки кожного підходу.
3. Оформити конспект щодо поняття **кросбраузерності**: перелік основних браузерів (Chrome, Safari, Firefox, Edge) та методи тестування коректного відображення елементів сайту в них.
4. Розробити чек-лист «Перевірка мобільної адаптивності модуля бронювання», звернувши увагу на розмір кнопок, читабельність шрифтів та швидкість завантаження зображень.

Питання до самоконтролю

1. Чому відсутність мобільної адаптивності сайту готелю призводить до значної втрати конверсії та прямих доходів?
2. Які елементи інтерфейсу (UI) ресторану найскладніше адаптувати під малі екрани смартфонів?
3. Як швидкість завантаження сторінок на мобільних пристроях впливає на ранжування сайту в Google?
4. Що таке «гнучка сітка» (fluid grid) та «медіа-запити» (media queries) у контексті створення адаптивного дизайну?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
3. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посібник. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.

Самостійна робота № 23

Тема: Хостинг і доменне ім’я. Вибір та реєстрація доменного імені.

Мета: Сформувати у студентів базові технічні знання, необхідні для запуску та підтримки вебсайту готелю чи ресторану в мережі Інтернет. Вивчення теми передбачає розгляд принципів роботи вебхостингу, критеріїв вибору надійного провайдера, а також опанування правил підбору та реєстрації доменних імен, які сприяють легкому запам'ятовуванню бренду та його ефективному просуванню в пошукових системах.

Завдання

1. Опрацювати теоретичний матеріал щодо термінології: **домен** (адреса сайту), **хостинг** (місце на сервері) та **DNS-сервери** (система, що пов’язує ім’я з IP-адресою).
2. Скласти перелік критеріїв вибору хостингу для сайту закладу гостинності (об’єм дискового простору, швидкість завантаження, наявність SSL-сертифіката для безпеки платежів, цілодобова техпідтримка).
3. Сформулювати 5 золотих правил підбору доменного імені для готелю (короткість, відсутність складних знаків, асоціація з назвою чи локацією, вибір доменної зони — .com, .ua, .hotel).
4. Оформити у формі таблиці порівняння видів хостингу: віртуальний (Shared), виділений (VPS/VDS) та хмарний (Cloud), вказавши, який з них краще підходить для маленької кав'ярні, а який — для великої готельної мережі.

Питання до самоконтролю

1. Яка різниця між доменом другого рівня (hotel.ua) та доменом третього рівня (hotel.kiev.ua)?
2. Чому для готелів та ресторанів критично важливо використовувати захищений протокол HTTPS (SSL-сертифікат)?
3. Що таке «Uptime» хостингу і як цей показник впливає на можливість бронювання номерів гостями?
4. Які документи можуть знадобитися для реєстрації домену в національній зоні .UA (наприклад, свідоцтво на торговельну марку)?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
3. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посібник. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.
4. Скопень М.М. Комп’ютерні інформаційні технології в туризмі: навч. посібник. — К.: Кондор, 2016. — 302 с.

Самостійна робота № 24

Тема: Системи керування контентом вебсайту (CMS).

Мета: Вивчити призначення та функціональні можливості систем керування контентом (Content Management Systems — CMS) як інструменту для самостійного адміністрування вебсайту готелю чи ресторану. Опрацювання теми спрямоване на розуміння принципів роботи «движків» сайту, що дозволяють персоналу закладу без знань програмування оперативно оновлювати меню, змінювати ціни на номери, додавати новини та керувати галереями зображень.

Завдання

1. Опрацювати теоретичний матеріал щодо класифікації CMS: безкоштовні (Open Source), комерційні (Proprietary) та спеціалізовані конструктори (SaaS).
2. Скласти порівняльну таблицю популярних CMS для малого та середнього бізнесу (наприклад, WordPress, Joomla, Drupal, Wix), порівнюючи їх за критеріями: простота інтерфейсу, наявність модулів бронювання, безпека та SEO-можливості.
3. Оформити конспект на тему «Переваги використання WordPress для готельного бізнесу: плагіни для бронювання та інтеграція з календарями».
4. Розробити коротку інструкцію (алгоритм) для адміністратора готелю: «Як завантажити нове фото в галерею та змінити опис номера в адмін-панелі сайту».

Питання до самоконтролю

1. Що таке CMS і чому її використання є обов'язковим для динамічного бізнесу, такого як ресторан чи готель?
2. Які переваги та ризики використання безкоштовних систем керування контентом (Open Source) для комерційного сайту?
3. Чим відрізняються конструктори сайтів (SaaS-платформи) від повноцінних CMS, встановлених на власному хостингу?
4. Які ролі користувачів (адміністратор, редактор, менеджер) варто розмежувати в системі керування сайтом готелю для безпеки даних?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
3. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посібник. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.
4. Скопень М.М. Комп’ютерні інформаційні технології в туризмі: навч. посібник. — К.: Кондор, 2016. — 302 с.

Самостійна робота № 25

Тема: SSL-сертифікат для вебсайту і захист користувацьких даних.

Мета: Вивчити принципи забезпечення безпеки передачі даних в Інтернеті та роль криптографічних протоколів у захисті конфіденційної інформації клієнтів готелів та ресторанів. Опрацювання теми спрямоване на розуміння механізмів роботи SSL/TLS-сертифікатів, вимог стандарту безпеки даних індустрії платіжних карток (PCI DSS) та їхнього впливу на довіру гостей і репутацію закладу в цифровому середовищі.

Завдання

1. Опрацювати теоретичний матеріал щодо поняття SSL-сертифіката (Secure Sockets Layer) та принципу переходу сайту з протоколу HTTP на захищений HTTPS.
2. Скласти класифікацію SSL-сертифікатів за рівнем перевірки: DV (перевірка домену), OV (перевірка організації) та EV (розширена перевірка), вказавши, який тип є оптимальним для систем онлайн-бронювання.
3. Оформити конспект на тему «Захист персональних даних гостя: які дані підлягають шифруванню (ПІБ, номери карток, паспортні дані) та правові аспекти (GDPR, Закон України «Про захист персональних даних»)».
4. Розробити пам’ятку для адміністратора сайту «Ознаки встановленого SSL-сертифіката: замок у адресному рядку, префікс https:// та підтвердження ідентичності власника».

Питання до самоконтролю

1. Чому наявність SSL-сертифіката є обов'язковою умовою для підключення платіжних шлюзів на сайті готелю?
2. Як відсутність захищеного з'єднання впливає на попередження браузерів (наприклад, Google Chrome) при спробі входу на сайт закладу?
3. Яким чином шифрування даних запобігає атакам типу «Man-in-the-middle» (людина посередині) під час передачі інформації про платіж?
4. У чому полягає різниця між платними сертифікатами від відомих центрів сертифікації та безкоштовними рішеннями (наприклад, Let's Encrypt)?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
3. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посібник. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.

Самостійна робота № 26

Тема: Організація бронювання номерів і столиків на сайті.

Мета: Опанувати принципи інтеграції та функціонування модулів онлайн-резервування як основного інструменту автоматизації прямих продажів. Вивчення теми спрямоване на розуміння технічного циклу проходження замовлення: від вибору параметрів гостем до автоматичного оновлення шахматки в PMS-системі готелю або книги резервів у ресторані, що забезпечує мінімізацію людського фактора та виключення помилок (овербукінгу).

Завдання

1. Опрацювати теоретичний матеріал щодо архітектури модулів бронювання (Booking Engine) та їхнього зв'язку з центральною системою управління готелем (PMS).
2. Скласти порівняльну характеристику віджетів для бронювання столиків (наприклад, Reikartz, ChoiceQR, ReSettle) та модулів для готелів (OtelMS, TravelLine, YieldPlanet).
3. Розробити поетапну схему «Шлях клієнта при бронюванні на сайті»: вибір дати/часу → перевірка наявності → заповнення даних → вибір форми оплати → отримання автоматичного підтвердження.
4. Оформити конспект щодо способів гарантування бронювання: повна передоплата, холдування коштів на картці (преавторизація) або негарантоване бронювання з обмеженим терміном дії.

Питання до самоконтролю

1. Які обов'язкові поля має містити форма бронювання номера, щоб не перевантажувати гостя, але зібрати необхідну інформацію?
2. Як працює синхронізація залишків (inventory) між сайтом закладу та зовнішніми каналами продажів (Booking.com, Expedia) у реальному часі?
3. Які переваги надає ресторану модуль автоматичного бронювання столиків порівняно з прийомом заявок через телефонний дзвінок?
4. Що таке «миттєве підтвердження» (Instant Booking) і як воно впливає на психологію покупця та конверсію сайту?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
3. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посібник. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.

Самостійна робота № 27

Тема: Види реклами в Інтернеті. Банерна реклама. Контекстна реклама. Реклама в соціальних мережах. Відеореклама.

Мета: Систематизувати знання про сучасні інструменти цифрового маркетингу та їх застосування для просування послуг готельно-ресторанного бізнесу. Вивчення теми передбачає аналіз механізмів роботи різних видів онлайн-реклами, визначення критеріїв їх ефективності та вибір оптимальних каналів просування залежно від цільової аудиторії та маркетингових цілей закладу (впізнаваність, прямі продажі, лояльність).

Завдання

1. Опрацювати теоретичний матеріал щодо класифікації інтернет-реклами та її ролі у воронці продажів готельного продукту.
2. Скласти порівняльну таблицю «Основні види онлайн-реклами для HoReCa», порівнюючи контекстну (Google Ads), таргетовану (Meta Ads) та банерну рекламу за критеріями: точність націлювання, вартість, швидкість результату.
3. Оформити конспект щодо особливостей **відеореклами** (YouTube, TikTok, Instagram Reels) як найефективнішого способу візуальної презентації інтер'єру готелю або майстерності шеф-кухаря.
4. Розробити структуру рекламного оголошення для Google Search (контекстна реклама) для запиту «забронювати готель у Львові», визначивши заголовок, опис та ключові переваги (УТП).

Питання до самоконтролю

1. Чим відрізняється контекстна реклама від таргетованої в соціальних мережах за типом споживчого попиту?
2. Які існують формати банерної реклами та як медійна мережа Google (GDN) допомагає нагадувати гостю про незавершене бронювання (ремаркетинг)?
3. Чому відеореклама має вищий рівень залученості (Engagement Rate) у порівнянні зі статичними зображеннями в ресторанній індустрії?
4. Які метрики (KPI) є основними для оцінки успішності рекламної кампанії в Інтернеті (CTR, CPC, ROMI)?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
3. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посібник. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. — К.: Видавнича група КМ-БУКС, 2018. — 208 с.

Самостійна робота № 28

Тема: Типи рекламних кампаній в Google Ads. Розміщення реклами у пошуку Google та на YouTube.

Мета: Вивчити архітектуру та інструментарій платформи Google Ads як основного джерела залучення цільового трафіку для підприємств індустрії гостинності. Опрацювання теми спрямоване на розуміння відмінностей між пошуковою, медійною та відеорекламою, опанування принципів налаштування кампаній за ключовими запитами та геотаргетингом, що дозволяє майбутнім менеджерам ефективно керувати маркетинговим бюджетом закладу.

Завдання

1. Опрацювати теоретичний матеріал щодо основних типів кампаній у Google Ads: **Пошукова мережа (Search)**, **Медійна мережа (GDN)**, **Відео (YouTube)** та **Performance Max**.
2. Скласти порівняльну характеристику реклами у Пошуку та на YouTube для ресторану, визначивши цілі (наприклад, бронювання банкету vs впізнаваність нового меню).
3. Оформити конспект щодо форматів реклами на YouTube: **In-Stream** (з можливістю пропуску та без), **Bumper Ads** (6-секундні заставки), **In-Feed** (у стрічці рекомендацій).
4. Розробити структуру пошукового оголошення для готелю: вибір 3-х заголовків, 2-х описів та використання розширень (номер телефону, додаткові посилання на «Ціни» та «Фотогалерею»).

Питання до самоконтролю

1. Як працює аукціон Google Ads і чому висока ставка не завжди гарантує перше місце в пошуковій видачі?
2. Яку роль відіграє «Показник якості» (Quality Score) оголошення для зниження вартості за клік (CPC)?
3. Які можливості таргетування доступні в YouTube (інтереси, наміри, конкретні канали), щоб залучити туристів, які планують поїздку?
4. Що таке «Ремаркетинг» і як він допомагає повернути на сайт користувача, який переглядав номери готелю, але не завершив бронювання?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
3. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посібник. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.

Самостійна робота № 29

Тема: Принцип роботи реклами в соціальних мережах. Таргетинг і налаштування аудиторії.

Мета: Вивчити механізми функціонування тартованої реклами як одного з найефективніших інструментів залучення гостей у HoReCa. Опрацювання теми спрямоване на розуміння алгоритмів соціальних мереж (Meta, TikTok), опанування методів сегментації аудиторії за демографічними, географічними та поведінковими ознаками, а також вивчення принципів створення релевантних рекламних креативів, що відповідають потребам конкретних груп споживачів.

Завдання

1. Опрацювати теоретичний матеріал щодо відмінності між «просуванням допису» та запуском професійної кампанії через Ads Manager.
2. Скласти класифікацію видів таргетингу для готелю: соціально-демографічний (вік, стать), географічний (радіус навколо закладу або конкретні міста), інтереси (подорожі, гастрономія, бізнес) та поведінкові фактори.
3. Оформити конспект щодо поняття Look-alike аудиторії (схожі аудиторії) та механізму роботи Pixel Meta для відстеження конверсій на сайті закладу.
4. Розробити портрет цільової аудиторії (ЦА) для рекламної кампанії «Романтична вечеря до Дня закоханих» у ресторані, вказавши 5 ключових характеристик для налаштування таргетингу.

Питання до самоконтролю

1. Чому таргетована реклама вважається більш «холодною» порівняно з пошуковою рекламою в Google, і як це впливає на зміст оголошення?
2. Як використання «геозонування» (мікротаргетингу) допомагає залучати клієнтів у кав’ярню в обідню перерву?
3. Яку роль відіграє A/B тестування (спліт-тестування) у визначенні найбільш ефективного рекламного креативу для готелю?
4. Що таке «воронка продажів» у соціальних мережах і які типи оголошень краще працюють на етапі знайомства з брендом?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
3. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посібник. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.

Самостійна робота № 30

Тема: Ретаргетинг та Геотаргетинг.

Мета: Вивчити специфіку та технологічні особливості застосування інструментів повторної взаємодії (ретаргетингу) та локального просування (геотаргетингу) у сфері гостинності. Опрацювання теми спрямоване на розуміння методів повернення «втрачених» відвідувачів сайту готелю та залучення гостей ресторану на основі їхнього поточного місцезнаходження, що дозволяє максимально персоналізувати рекламні пропозиції та підвищити рентабельність маркетингових інвестицій (ROMI).

Завдання

1. Опрацювати теоретичний матеріал щодо механізму роботи ретаргетингу (ремаркетингу): встановлення кодів відстеження (Pixel, Google Tag), збір аудиторій та налаштування сценаріїв показу реклами.
2. Скласти перелік сценаріїв ретаргетингу для готелю: «переглядав категорію Люкс», «покинув кошик на етапі введення даних», «забронював номер пів року тому».
3. Дослідити можливості геотаргетингу та геофенсингу: налаштування реклами для користувачів у радіусі від 500 м до 5 км від закладу, таргетування на аеропорти, вокзали або бізнес-центри.
4. Оформити у вигляді тез переваги використання локальної реклами для ресторанів (наприклад, пропозиція «Бізнес-ланчу» для працівників офісів у конкретному районі в робочі години).

Питання до самоконтролю

1. Чим відрізняється статичний ретаргетинг від динамічного (який показує саме той номер або страву, що переглядав користувач)?
2. Яку роль відіграє «частота показів» у ретаргетингу і як уникнути негативної реакції користувача на нав'язливу рекламу?
3. Як комбінація геотаргетингу та інтересів (наприклад, «у радіусі 2 км» + «цікавиться кавою») допомагає оптимізувати бюджет невеликої кав'ярні?
4. Які інструменти (Google Maps, Facebook Local Ads) є найбільш ефективними для реалізації стратегії геотаргетингу в HoReCa?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
3. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посібник. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.

Самостійна робота № 31

Тема: Основні платформи для реклами в соціальних мережах: Facebook, Instagram, TikTok, Telegram.

Мета: Проаналізувати ключові особливості та рекламні можливості провідних соціальних платформ для просування послуг готельно-ресторанного бізнесу. Вивчення теми передбачає вибір оптимального каналу комунікації залежно від специфіки закладу (люкс-готель, молодіжний гастробар чи сімейний ресторан), опанування форматів контенту для кожної мережі та розуміння поведінкових особливостей аудиторії на різних майданчиках.

Завдання

1. Опрацювати теоретичний матеріал щодо екосистеми Meta (Facebook, Instagram): спільний рекламний кабінет, можливості візуального сторітелінгу та інструменти прямого бронювання.
2. Скласти порівняльну характеристику платформ TikTok та Instagram Reels як інструментів вірального маркетингу для ресторанів (фуд-шоу, бекстейдж кухні, огляди інтер'єрів).
3. Дослідити специфіку реклами в Telegram: відмінність між офіційною платформою Telegram Ads та посівами (розміщенням) у тематичних каналах і локальних чатах міст.
4. Оформити у вигляді таблиці «Тип закладу — Пріоритетна платформа», обґрунтувавши вибір (наприклад, Facebook для бізнес-готелів та MICE-послуг, TikTok для трендових кав'ярень).

Питання до самоконтролю

1. У чому полягає основна відмінність у сприйнятті контенту користувачами Facebook та Instagram (інформативність vs візуальна естетика)?
2. Які переваги надає формат TikTok для швидкого охоплення нової аудиторії без великих рекламних бюджетів?
3. Чому Telegram вважається платформою з найвищою лояльністю аудиторії та як використовувати «авторський голос» каналу для реклами ресторану?
4. Як інтегрувати посилання на модуль бронювання в різні рекламні формати (Stories, біо профілю, кнопки в оголошеннях)?

Список використаної літератури

1. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
2. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посібник. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.
3. Халілов Д. Маркетинг у соціальних мережах. — К.: Моноліт, 2019. — 240 с.

Самостійна робота № 32

Тема: Поняття та принципи просування сайту в пошукових системах (SEO).

Мета: Вивчити теоретичні основи та практичні механізми пошукової оптимізації (Search Engine Optimization) як стратегічного інструменту залучення безкоштовного органічного трафіку на сайт закладу гостинності. Опрацювання теми спрямоване на розуміння алгоритмів роботи пошукових роботів, вивчення факторів ранжування Google та опанування методів підвищення видимості сайту готелю чи ресторану за цільовими запитами користувачів.

Завдання

1. Опрацювати теоретичний матеріал щодо визначення SEO та його відмінності від контекстної реклами (швидкість результату vs довгострокова перспектива).
2. Скласти класифікацію факторів ранжування: внутрішні (структура, контент, мета-теги, швидкість) та зовнішні (посилальна маса, авторитетність ресурсу, згадки в мережі).
3. Дослідити етапи формування семантичного ядра для закладу: підбір ключових слів (високочастотних — «готель Київ», та низькочастотних — «готель з басейном та сніданком у центрі Києва»).
4. Оформити конспект щодо технічних вимог до SEO: наявність карти сайту (sitemap.xml), файлу robots.txt, відсутність дублів сторінок та коректна робота редиректів.

Питання до самоконтролю

1. Чому SEO вважається інвестицією в «майбутнє» сайту і як воно впливає на вартість залучення одного гостя в довгостроковому періоді?
2. Що таке «поведінкові фактори» (час перебування на сайті, глибина перегляду) і як вони впливають на позицію ресторану в пошуковій видачі?
3. Яку роль відіграють мета-теги Title та Description у формуванні сніпета (опису сайту) в Google?
4. Чому для локального бізнесу (кав'ярень, ресторанів) критично важливим є Local SEO та реєстрація в Google Business Profile?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.
3. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посібник. — Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. — 168 с.
4. Ашманов І., Іванов А. Оптимізація та просування сайтів у пошукових системах. — К.: Видавництво «Прес», 2019. — 464 с.

Самостійна робота № 33

Тема: E-mail маркетинг. Види електронних розсилок: інформаційні, промоційні, транзакційні.

Мета: Вивчити роль електронної пошти як інструменту прямого маркетингу для утримання клієнтів (Retention) та стимулювання повторних продажів у сфері гостинності. Опрацювання теми спрямоване на розуміння відмінностей між типами листів, опанування етики ділового листування та вивчення технічних аспектів автоматизації розсилок, що дозволяють персоналізувати спілкування з гостем на кожному етапі його взаємодії з готелем чи рестораном.

Завдання

1. Опрацювати теоретичний матеріал щодо класифікації E-mail розсилок та їхнього призначення:
    - Інформаційні (дайджести): новини закладу, корисні поради для туристів, оновлення меню.
    - Промоційні (акційні): знижки, спецпропозиції до свят, анонси подій.
    - Транзакційні (системні): підтвердження бронювання, чеки, паролі, повідомлення про реєстрацію.
2. Скласти порівняльну характеристику транзакційних та маркетингових листів (мета, обов'язковість відправки, юридичні аспекти згоди користувача).
3. Оформити конспект щодо структури ефективного листа: тема (Subject line), прехедер, персоналізоване привітання, основний заклик до дії (CTA — Call to Action) та обов'язкове посилання на відписку.
4. Розробити шаблон транзакційного листа «Дякуємо за візит!» для гостя, який виїхав з готелю, з проханням залишити відгук та отримати бонус на наступне проживання.

Питання до самоконтролю

1. Чому транзакційні листи мають найвищий показник відкриттів (Open Rate) і як це можна використати для маркетингу?
2. Які існують правила боротьби зі спамом і чому не можна купувати готові бази електронних адрес для розсилок закладу?
3. Що таке «Тригерні листи» і на які події (наприклад, день народження гостя) їх варто налаштовувати в ресторані?
4. Як сегментація бази (за типом гостей: бізнес, сім'ї, постійні клієнти) впливає на ефективність e-mail маркетингу в HoReCa?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.

Самостійна робота № 34

Тема: Контент-маркетинг та створення брендового іміджу.

Мета: Розкрити сутність контент-маркетингу як стратегічного підходу до створення та розповсюдження цінної, релевантної інформації для залучення й утримання чітко визначеної аудиторії. Вивчення теми спрямоване на розуміння взаємозв'язку між якісним контентом та формуванням позитивного іміджу бренду готелю чи ресторану, що базується на довірі, експертності та емоційному зв'язку з гостем.

Завдання

1. Опрацювати теоретичний матеріал щодо поняття контент-маркетингу та його відмінності від прямої реклами (надання користі vs заклик «купи зараз»).
2. Дослідити складники брендового іміджу (Identity): місія, цінності, візуальна стилістика та «голос бренду» (Tone of Voice).
3. Скласти перелік типів контенту для закладу гостинності, що працюють на імідж:
    - Експертний: поради шеф-кухаря, гайди з вибору вина, історія будівлі готелю.
    - Закулісний (Backstage): процес приготування страв, підготовка номерів, знайомство з персоналом.
    - Користувацький (UGC): репости відгуків та фото гостей.
4. Розробити концепцію «Сторітелінгу» (мистецтво розповідати історії) для умовного бутик-готелю: прописати одну історію, яка б транслювала гостинність та унікальність закладу.

Питання до самоконтролю

1. Як контент-маркетинг допомагає закладу HoReCa виділитися серед конкурентів з ідентичними цінами та сервісом?
2. Що таке «цінність контенту» для гостя і чому важливо дотримуватися балансу 80/20 (80% корисної інформації та 20% рекламної)?
3. Яким чином регулярний блог на сайті готелю або серія постів-порад впливають на довіру потенційного клієнта до бренду?
4. Як виміряти ефективність контент-маркетингу (охоплення, залученість, лояльність, асоційовані конверсії)?

Список використаної літератури

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л., Скопень М. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. — К.: Ліра, 2018. — 764 с.
2. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 493 с.