

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет географічний
Кафедра готельно-ресторанної справи, туризму і рекреації

СИЛАБУС
вибіркового освітнього компонента
РЕВЕНІЮ-МЕНЕДЖМЕНТ

підготовки


Магістра

Силабус освітнього компонента «РЕВЕНЮ-МЕНЕДЖМЕНТ» підготовки магістра

Розробник: Терещук Оксана Степанівна, кандидат географічних наук, доцент

Погоджено

Гарант освітньо-професійної програми:



Льїна О.В.

Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри готельно-ресторанної справи, туризму і рекреації

протокол № 1 від 26 серпня 2025 р.

Завідувач кафедри:



Льїн Л. В.

I. Опис освітнього компонента

| Найменування показників | Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній рівень | Характеристика освітнього компонента |
|-----------------------------|--|--------------------------------------|
| Денна форма навчання | Галузь знань: J Транспорт та послуги Спеціальність: J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг Освітня програма: Готельно-ресторанна справа, другий (магістерський) рівень вищої освіти | Вибірковий |
| | | Рік навчання – 2 |
| 120 год. | | Семестр – 3 |
| 4 кредити | | Лекції – 10 год. |
| | | Практичні – 14 год. |
| | | Самостійна робота – 88 год. |
| ІНДЗ: - | | Консультації – 8 год. |
| | Форма контролю: залік | |
| Мова навчання | українська | |

II. Інформація про викладача

| | |
|------------------|---|
| Викладач | Терещук Оксана Степанівна |
| Науковий ступінь | кандидат географічних наук |
| Вчене звання | доцент |
| Посада | доцент кафедри готельно-ресторанної справи, туризму і рекреації |
| Телефон | +38 0632286740 |
| e-mail | t.oksana777@gmail.com |
| Дні занять | http://94.130.69.82/cgi-bin/timetable.cgi |

III. Опис освітнього компонента

1. Анотація освітнього компонента

Силабус вибіркового освітнього компонента «Ревеню-менеджмент» складено з урахуванням можливості формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти.

Освітній компонент «Ревеню-менеджмент» спрямований на формування у здобувачів вищої освіти формування знань щодо проведення заходів з оптимізації системи управління попитом та доходами готелів і ресторанів. Ці знання стануть складовою системи компетенцій магістра готельно-ресторанної сфери.

Зміст освітнього компонента охоплює теоретико-методологічні засади операційного підходу до створення оптимального рішення в сфері управління попитом та продажами в туристичних підприємствах, готелях та ресторанах.

2. Мета і завдання освітнього компонента

Метою освітнього компонента є формування у здобувачів вищої освіти системи знань, умінь і практичних навичок щодо дотримання норм ділового спілкування, дипломатичного протоколу та етикету в професійній діяльності у сфері готельно-ресторанної справи.

Основні завдання освітнього компонента:

- особливостей ціноутворення підприємств індустрії гостинності та стратегії ціноутворення;

- моделювання попиту та економічних умов невизначеності з якими стикаються особи, що приймають рішення;
- методики виявлення резервів доходу підприємства;
- базових стратегій управління доходами та витратами туристичних підприємств, готелів та ресторанів;
- методики і особливості збору і обробки інформації в системах управління доходами та витратами підприємств;
- аналізу показників прибутковості туристичних підприємств, готелів та ресторанів.

3. Soft skills. У процесі вивчення вибіркового освітнього компонента «Діловий та дипломатичний протокол» магістри формують та вдосконалюють комплекс м'яких навичок (soft skills), які є важливою складовою професійної компетентності фахівця в готельно-ресторанній сфері. Зокрема:

- *комунікативні навички*: письмове, вербальне й невербальне спілкування; уміння грамотно спілкуватися по e-mail; вести дискусію і відстоювати свою позицію; навички працювати в команді;
- *уміння виступати привселюдно*: навички, необхідні для виступів на публіці; навички проведення презентації;
- *керування часом*: уміння справлятися із завданнями вчасно;
- *гнучкість і адаптивність*: гнучкість, адаптивність і здатність змінюватися; уміння аналізувати ситуацію, орієнтування на вирішення проблеми;
- *лідерські якості*: уміння спокійно працювати в напруженому середовищі; уміння ухвалювати рішення; уміння ставити мету, планувати діяльність;
- *особисті якості*: креативне й критичне мислення; етичність, чесність, терпіння, повага до оточуючих.

Комплекс м'яких навичок (soft skills) мають не лише практичне значення для реалізації професійних обов'язків, а й сприяють інтеграції здобувачів освіти у міжнародний професійний простір та ефективній участі у міжкультурному діалозі.

4. Структура освітнього компонента (Денна форма навчання)

| Назви змістових модулів і тем | Усього | Лек. | Практ. | Сам. роб. | Конс. | *Форма контролю/ Бали |
|---|--------|------|--------|-----------|-------|-----------------------|
| Змістовий модуль I. Ціноутворення в готельно-ресторанному бізнесі | | | | | | |
| Тема 1 Основи Revenue-менеджменту | 10 | 2 | - | 8 | - | ДС /5 |
| Тема 2. Основи формування цінової політики в готельному та ресторанному бізнесі | 11 | - | 2 | 8 | 1 | ДС /5 |
| Тема 3 Ціноутворення з позиції Revenue- менеджменту. Цінове та тарифне сегментування | 11 | 2 | - | 8 | 1 | ДС /5 |
| Тема 4. Інструменти прогнозування попиту та оптимізації продаж | 10 | - | 2 | 8 | - | ДС /5 |
| Тема 5. Контроль результативності цінових стратегій | 13 | 2 | 2 | 8 | 1 | ДС /5 |
| Модульна контрольна робота №1 | | | | | | 30 |
| Разом за змістовим модулем 1 | 55 | 6 | 6 | 40 | 3 | 55 |
| Змістовий модуль II. Змістовий модуль 2. Управління доходами в готельно-ресторанно | | | | | | |

| | | | | | | |
|---|------------|-----------|-----------|-----------|----------|---------------|
| | | | | | | |
| Тема 1. Основи використання системи управління доходами в готельно-ресторанному бізнесі | 11 | - | 2 | 8 | 1 | РМГ / 3 |
| Тема 2. Управління доходами підприємств індустрії гостинності як функція Revenue-менеджменту | 15 | 2 | 2 | 10 | 1 | ДС, К, РМГ /3 |
| Тема 3. Управління доходами від додаткових послуг наданих підприємствами індустрії гостинності | 13 | 2 | - | 10 | 1 | ДС, К, РМГ/3 |
| Тема 4. Канали розподілу готельних та ресторанних послуг | 13 | - | 2 | 10 | 1 | ДС, К /3 |
| Тема 5. Оцінка системи Revenue-менеджменту в готелі | 13 | - | 2 | 10 | 1 | ДС, К,Т /3 |
| Модульна контрольна робота №2 | | | | | | 30 |
| ІНДЗ | | | | | | - |
| Разом за змістовим модулем 2 | 65 | 4 | 8 | 48 | 5 | 45 |
| Усього годин | 120 | 10 | 14 | 88 | 8 | 100 |

*Форма контролю: ДС – дискусія, ДБ – дебати, Т – тести, ТР – тренінг, РЗ/К – розв’язування задач / кейсів, ІНДЗ / ІРС – індивідуальне завдання / індивідуальна робота студента, РМГ – робота в малих групах, МКР / КР – модульна контрольна робота/ контрольна робота, Р – реферат, а також аналітична записка, аналітичне есе, аналіз твору тощо.

5. Завдання для самостійного опрацювання

Завдання для організації самостійної навчальної діяльності здобувачів освіти з освітнього компонента «Діловий та дипломатичний протокол» спрямовані на поглиблення теоретичних знань, розвиток аналітичного мислення та формування професійних компетентностей Організація самостійної роботи студентів вимагає особливої уваги, тому, що частина питань, кожної теми виноситься на самостійне вивчення студентами. Самостійна робота студента забезпечується системою навчально-методичних засобів, передбачених кафедрою для вивчення навчальної дисципліни. Методичні матеріали передбачають можливість проведення самоконтролю (питання, тестування) з боку студента. Самостійна робота над засвоєнням дисципліни може виконуватися у читальних залах університету, навчальних кабінетах та комп’ютерних лабораторіях, в домашніх умовах. Кафедра забезпечує консультації з окремих найскладніших тем курсу. Викладачі кафедри здійснюють також поточний і підсумковий контроль та аналізують результати самостійної роботи студента.

Самостійна робота активізує інтелектуальну діяльність здобувачів освіти, формує позитивне ставлення до навчання та сприяє розвитку ключових професійних якостей, необхідних фахівцям у сфері готельно-ресторанної справи.

Оцінювання результатів виконання завдань для самостійного опрацювання здійснюється під час лекційних і практичних занять, у межах поточного та підсумкового контролю.

Якість, повнота та дотримання термінів виконання враховуються під час формування поточної оцінки за відповідний змістовий модуль.

Питання самостійного характеру з освітнього компонента «Ревеню-менеджмент» зумовлені необхідністю створення оптимальних умов для інтелектуального та професійного розвитку здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти шляхом залучення їх до активної, цілеспрямованої та рефлексивної пізнавальної діяльності.

Перелік питань та завдань для самостійного опрацювання

| № з/п | Тема | Кількість годин |
|--|--|-----------------|
| ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ЦІНОУТВОРЕННЯ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ | | |
| 1. | <p>Тема 1. Основи Revenue менеджменту Питання/завдання</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Еволюція методу «Revenue менеджмент» (систематизація підходів та визначень RM). 2. Можливості застосування методу RM. 3. Філософія і принципи методу RM. 4. Функції Revenue менеджера. | 8 |
| 2. | <p>Тема 2 Основи формування цінової політики в готельному та ресторанному бізнесі Питання/завдання</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Процес управління доходами. 2. Показники прибутковості підприємства. 3. Управління складовими Revenue менеджменту. | 8 |
| 3. | <p>Тема 3. Ціноутворення з позицій Revenue менеджменту. Цінове та тарифне сегментування Питання/завдання</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основні критерії та фактори, що впливають на ціноутворення в готелях і ресторанах. Залежність ціни від фази життєвого циклу готельного продукту. 2. Стратегії ціноутворення в системі управління доходами. 3. Розрахунок оптимальної середньої ціни на номер. 4. Сутність та методи цінового сегментування. Інструменти цінового позиціонування. 5. Цінова сегментація та диференціація. 6. Тарифна сегментація і тарифні бар'єри. 7. Практичне закріплення методів сегментного квотування. | 8 |
| 4 | <p>Тема 4. Інструменти прогнозування попиту та оптимізації продаж Питання/завдання</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Стратегія і тактика позиціонування підприємства. 2. Впровадження системи обмеження тривалості проживання. 3. Практичне закріплення прогнозування завантаження потужностей підприємства. 4. Метод прогнозування очікуваної величини середньої вартості продукту. 5. Прогнозування ціни для груп та індивідуальних клієнтів. 6. Аналітика та інструментарій в OTA. 7. Інструменти бізнес-аналітики (BI-bisinee intelligent). 8. RMS (revenue management system) – системи управління доходом. | 8 |
| 5 | <p>Тема 5. Контроль результативності цінових стратегій Питання/завдання</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Інструменти аналізу та контролю продаж Rate Shopper. 2. Види цінової дискримінації. 3. Практична методика оцінювання наслідків зміни ціни. 4. Мультиплікатор прибутку, як основа контролю заходів з просування продаж та динамічного ціноутворення. | 8 |
| 6 | <p>Тема 6. Цінова політика для нестандартних ситуацій Питання/завдання</p> | 8 |

| | | |
|--|--|--------|
| | <ol style="list-style-type: none"> 1. Оцінка необхідних витрат при нестандартній ситуації. 2. Діагностики меню при готелі ресторану. 3. Аналіз змін обсягів продажу. 4. Моніторинг і оцінка факторів, які впливають на збільшення прибутку. | |
| <i>Разом за модулем №1</i> | | 48 |
| ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ | | |
| 1. | <p><i>Тема 1. Основи використання системи управління доходами в готельно-ресторанному бізнесі</i></p> <p>Питання/завдання</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Елементи, що включаються в автоматизовану систему управління доходами. 2. Розрахунок додаткового доходу на гостя. 3. Стратегії управління доходами 4. Практичне застосування моделі споживчого бронювання «Newsboy». 5. Практичне застосування методу критичного бронювання. 6. Альтернативні методи бронюванню. | 10 |
| 2. | <p><i>Тема 2. Управління доходами підприємств індустрії гостинності як функція Revenue менеджменту</i></p> <p>Питання/завдання</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вплив оптимальної ціни на коефіцієнт прибутковості підприємства (метод статистики доходів). 2. Контроль результативності цінових стратегій. 3. Практичне закріплення методу аналізу беззбитковості в управлінні прибутковістю підприємства. 4. Практичне застосування «дикого» овербукингу. 5. Практичне застосування квоти місць. 6. Практичне застосування бронювання в останню хвилину. | 10 |
| 3. | <p><i>Тема 3. Управління доходами від додаткових послуг наданих підприємствами індустрії гостинності</i></p> <p>Питання/завдання</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Аналіз ефективності продажів банкетних заходів з урахуванням продажів номерів. 2. Програмне забезпечення систем управління банкетними заходами. 3. Ключові індикатори використання конференц-майданчиків. 4. Програмне забезпечення систем управління конференц заходами. | 10 |
| | <p><i>Тема 3. Управління доходами від додаткових послуг наданих підприємствами індустрії гостинності</i></p> <p>Питання/завдання</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основні показники (KPI) використовуються для оцінки ефективності системи Revenue-менеджменту в готелі. 2. Рентабельність та ефективність різних каналів продажу (OTA, GDS, прямі бронювання, туроператори). 3. Роль динамічного ціноутворення та сегментації ринку в підвищенні доходів готельного підприємства. 4. Інструменти та технології (RMS, PMS, CRM) які підтримують процес прийняття рішень у Revenue-менеджменті 5. Сезонність, події та тенденції попиту впливають на стратегії прогнозування та тарифну політику. 6. Методи оцінки ефективності роботи Revenue-менеджера та всієї системи управління доходами застосовуються на підприємстві. | 10 |
| <i>Разом за модулем №2</i> | | 40 |
| <i>Всього самостійної роботи за ОК</i> | | 88 год |

IV. Політика оцінювання

Політика викладача щодо здобувача освіти

Політика щодо відвідування занять. Відвідування занять є одним із компонентів оцінювання, адже дає змогу отримати максимальний бал за усі види робіт.

Здобувач освіти, який пропустив практичне заняття, самостійно вивчає матеріал (при виникненні питань може звертатися за консультацією згідно розкладу консультацій викладачів оприлюдненого на сайті кафедри), виконує завдання і здає його викладачу. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням деканату.

Політика щодо академічної доброчесності. Вимоги до академічної доброчесності визначаються «Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату у науково-дослідній діяльності здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників ВНУ ім. Лесі Українки», що розміщується на сайті університету за посиланням: <https://surl.li/ujlrjq>.

Політика щодо дедлайнів та перескладання.

Терміни підсумкового контролю (залік), ліквідації академічної заборгованості визначено розкладом заліково-екзаменаційної сесії.

Перескладання (дострокове складання) ОК відбувається з дозволу деканату за наявності поважних причин.

Неформальна освіта при викладанні ОК

Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті здійснюється відповідно до «Положення про визнання результатів навчання, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті у Волинському національному університеті імені Лесі Українки» (<http://surl.li/sddxa>).

Сертифікати участі у майстер-класах (семінарах, курсах тощо) на онлайн платформах Prometheus (<https://prometheus.org.ua>) та ін., на тематику, яка відповідає темам ОК, є достатньою підставою для зарахування відповідних тем.

V. Підсумковий контроль

Формою підсумкового контролю є залік.

Рейтинг здобувачів з навчальної роботи визначається відповідно до «Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки» (<https://surl.li/hrpvco>).

Залік виставляється за результатами поточної роботи здобувачів освіти (шкала від 0 до 100 балів). Освітній компонент складається з трьох змістових модулів. Його вивчення передбачає виконання усіх видів запланованої навчальної роботи протягом семестру: аудиторної роботи під час лекційних, практичних (семінарських, індивідуальних), самостійної роботи, виконання ІНДЗ, контрольних робіт.

Залік викладач виставляє за результатами поточної роботи за умови, що здобувач освіти виконав ті види навчальної роботи, які визначено силабусом ОК.

У випадку, якщо здобувач освіти не відвідував окремі аудиторні заняття (з поважних причин), на консультаціях він має право відпрацювати пропущені заняття та добрати ту кількість балів, яку було визначено на пропущені теми.

У дату складання заліку викладач записує у відомість суму поточних балів, які здобувач освіти набрав під час поточної роботи (шкала від 0 до 100 балів).

У випадку, якщо здобувач освіти протягом поточної роботи набрав менше як 60 балів, він складає залік під час **ліквідації академічної заборгованості**. У цьому випадку бали, набрані під час поточного оцінювання анулюються. Максимальна кількість балів на залік під час ліквідації академічної заборгованості, як правило, 100 балів.

На залік виносяться типові та комплексні завдання, ситуації, що потребують творчої відповіді та уміння синтезувати отриманні знання і застосовувати їх під час розв'язання

ситуативних завдань.

На залік з освітнього компонента «Діловий та дипломатичний протокол» виноситься комплексне завдання, яке складається з теоретичних питань та ситуативного завдання. Максимальна кількість балів – 100 балів.

Перелік питань до заліку у випадку ліквідації академічної заборгованості

1. Сутність, історія становлення та передумовами виникнення Revenue менеджменту як способу управління доходами.
2. Об'єкт та функції управління доходами. Можливості застосування та зачення Revenue менеджменту в сфері послуг.
3. Цілі застосування, функції та складові елементи Revenue менеджменту.
4. Еволюція наукових підходів до «Revenue менеджмент». Значення Revenue менеджменту для розвитку підприємств сфери послуг.
5. Філософія та принципи Revenue менеджменту.
6. Етапи аналізу ефективності управління доходами. Індекси ефективності основної діяльності готелю.
7. Середній відпускний тариф (ADR).
8. RevPAR (середній дохід на номер) та його значення у формуванні тарифної політики готелю.
9. DOUBLE OCCUPANCY (середня кількість готель на номер) як інструмент оцінки позиціонування готелю.
10. RevPAC як інструмент оцінки політики продаж та професіоналізму менеджерів.
11. Підхід до оптимізаційної проблеми в умовах обмежених потужностей. Вплив зрушень попиту.
12. Основи оптимізації цін. Спеціальні ціни. Запит на продукт (Request For Proposal - RFP). Запит на ціну (Request For Quotation - RFQ).
13. Крива виграшу / програшу. Логістична регресія. Сезонні ціни на 30 готельні послуги. Краща ціна (Best available rate - BAR).
14. Визначення мінімальної ціни продажу номера.
15. Ціноутворення для груп та індивідуальних клієнтів.
16. Структура тарифів.
17. Тактика цінового диференціювання.
18. Можливості застосування теорії перспектив.
19. Тактичні прийоми зниження незадоволеності сприйняття споживачем диференціювання.
20. Ціноутворення в залежності від фази життєвого циклу продукту.
21. Цінове позиціонування як основа ефективних продаж.
22. Сегментування за характеристиками продукту. Неповноцінні блага, блага нижчої якості.
23. Ефекти канібалізації, «поїдання» частки ринку одних готельних послуг іншими.
24. Політика маркетингу щодо тарифів.
25. Принцип тарифної сегментації. Принцип тарифного бар'єру.
26. Оптимізація системи знижок. Оцінка чутливості до знижок.
27. Двоперіодна модель сегментування.
28. Ринкові індекси та показники: ринкова частка (Market Share); MPI (Market Penetration Index); ARI (Average Rate Index); RGI (Revenue Generation index)
29. Інструменти передбачення структури попиту.
30. Календар попиту готелю. Впровадження системи обмеження тривалості проживання.

31. Програмне забезпечення розробки прогнозів продаж в готелі.
32. Інструменти аналізу та контролю: Rate Shopper; аналітика та інструментарі в ОТА; інструменти бізнес-аналітики (BI-bisinee intelligent); RMS (revenue management system) – системи управління доходом.
33. Стратегія і тактика позиціонування готелю.
34. Стратегічне бюджетування; бюджетування по днях та сегментам.
35. Моделювання процесу управління доходами (метод Booking Profile (BP); двоступенева модель Літлвуда; метод EMSRb).
36. Вимірювання ефективності системи управління доходами.
37. Управління доходами при групових бронюваннях.
38. Модель споживчого бронювання; модель «Newsboy»; метод критичного рівня.
39. Механізми контролю рівня бронювання.
40. Розподіл потужностей готельного підприємства.
41. Методики підвищення ефективності інформації про послуги готельного підприємства, розробка готельних директорій та інших рекламних матеріалів.
42. Аналіз непопулярних послуг і можливостей для збільшення їх продажів.
43. Управління доходами від додаткових послуг заходів.
44. Динамічне ціноутворення банкетних і конференц-майданчиків на основі характеристик попиту.
45. Застосування розрахунку ціни на квадратний метр.
46. Складання звітів по використанню конференц-майданчиків.
47. Зіставлення і злиття прогнозу завантаження і прогнозу використання конференц-майданчиків.
48. Аналіз ефективності продажів банкетних заходів з урахуванням продажів номерів.
49. Ключові індикатори використання конференц-майданчиків: REVPAM (Revenue per Available Square Meter), CONPAM (Contribution per Available Square Meter), RevPASH (Revenue Per Available Seat Hour), ConPAST (Contribution per Available Space Time).
50. Розробка спеціальних пакетів для каналів розподілу.
51. Стратегії успішного on-line маркетингу готельного підприємства.
52. Паритетні ціни і комісії on-line. Важливість ефекту «останньої хвилини». Важливість репутації он-лайн-ресурсу.
53. Підвищення ефективності електронних каналів розподілу.
54. Соціальні мережеві технології, їх застосування в готельному бізнесі: FaceBook, Twitter, Google Places, TripAdvisor, Yelp, Flickr, Panoramia, блоги, мобільні додатки, соціальні системи. CRM.

**Шкала оцінювання знань здобувачів освіти з освітніх компонентів,
де формою контролю є залік**

| Оцінка в балах | Лінгвістична оцінка |
|----------------|---------------------|
| 90–100 | Зараховано |
| 82–89 | |
| 75–81 | |
| 67–74 | |

| | |
|-------|---------------------------------------|
| 60–66 | |
| 0–59 | Незараховано (необхідне перекладання) |

VI. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна

1. Климчук А.О., Левицька І.В., Тарасюк Г.М. Проектування підприємств готельно-ресторанного бізнесу : навч. посібник [Електронне видання]. – Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2023. 302 с. https://library.ztu.edu.ua/page_lib.php.
2. Корж Н.В., Онищук Н.В. Підбір оптимального набору інструментів revenue менеджменту в готелях / Н.В.Корж, Н.В.Онищук // Технологічний аудит та резерви виробництва.- 2018. - Том 7, № 1/(39). - С. 29-33. Режим доступу : <http://journals.uran.ua/tarp/issue/archive>.
3. Корж Н.В. Стасюк О.В. Revenue менеджмент: особливості групових продаж та бронювань в готелі /Н. В. Корж, О. В. Стасюк // Економіка та суспільство. Вип. №14, 2018. – Режим доступу: <http://vv.vv.economvandsocictv.in.ua/iournal14/18-stati-14/1049-korz-n-v>.
4. Ivanov S., Zhechev V. Hotel Revenue Management – A Critical Literature Review. *Tourism and Hospitality Management*. –2021. – № 18(1). – P. 1–12.
5. Katsoni, V., & Poulaki, I. (2021) Digital evolution and emerging revenue management practices: evidence from Aegean airlines distribution channels. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 12(2), 254–270.
6. Mazaraki, A., Boiko, M., Bosovska, M., & Kulyk, M. (2022, October) Revenue Management Data Digital Transformation. In *2022 IEEE 4th International Conference on Modern Electrical and Energy System (MEES)*, pp. 1–5. IEEE.

Інтернет-ресурси

1. REVPAR GURU: офіційний сайт системи. Режим доступу : <http://revparguru.com/>
2. Hotels Revenue: офіційний сайт. Режим доступу : <http://www.xotels.com/>.
3. Hotel Matrix. Available at: <https://www.hotelmatrix.report/#ourproducts>
4. Офіційний сайт системи Easy (Ez) Revenue Management Solutions.. Режим доступу : <http://www.easyrms.com/>
5. Офіційний сайт системи організації заходів MeetingMatrix, Iplan. Режим доступу : <http://www.meetingmatrix.com/>
6. Офіційний сайт Statgraphics. Режим доступу : <http://www.statgraphics.com/>