ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САХАЛИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Аннотация рабочей программы дисциплины
Б.1. В. ДВ.02.02 Международный маркетинг в туризме и сервисе

43.03.02 Туризм, профиль «Международный туризм»

1. Целью освоения дисциплины является освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области международного маркетинга, маркетинговых методов и инструментов маркетинговых исследований с учетом специфики работы организаций на зарубежных товарных рынках.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б.1. В. ДВ.02.02 «Международный маркетинг в туризме и сервисе» входит в вариативную часть ОПОП и изучается по выбору.

Изучение данного курса базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных при изучении дисциплин, изученных при освоении ОПОП бакалавриата («Маркетинг в туристской индустрии», «Международный туризм» и др.).

Дисциплина «Международный маркетинг в туризме и сервисе» является основой для изучения теоретических основ маркетинговой и рекламной деятельности туристского предприятия, способствует расширению знаний обучающихся о видах, средствах и специфике маркетинговых исследований на внешнем рынке, а также принципам организации работы по сбору и интерпретации маркетинговой информации, принятии маркетинговых решений на внешнем рынке.

Знания используются при прохождении производственной практики и в профессиональной деятельности при непосредственной работе с клиентом в туристских организациях

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению:

Общекультурные компетенции:

- способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для создания социальной значимости своей деятельности (ОК -1).

Профессиональные компетенции:

- готовностью к разработке туристского продукта на основе современных технологий (ПК-10);
- способностью к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-11).

В результате освоения дисциплины, обучающийся должен:

Знать:

- основные понятия, определения, термины дисциплины;

- модели поведения экономических агентов и рынков, основные результаты новейших исследований по проблемам международного маркетинга;
- способы взаимодействия с другими людьми.

Уметь:

- представлять данные, сведения, факты, результаты работы с использованием терминов, введённых и используемых в курсе;
- выделять и формулировать особенности, характеристики изучаемого явления;
- управлять процессом маркетинговой деятельности на внешнем рынке.

Владеть:

- навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений;
- навыками групповой работы и решения конфликтных ситуаций.

4. Структура дисциплины «Международная логистика в туризме и сервисе».

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

7 семестр: 2 ЗЕТ, 72 часа (лекции 18, практические 18, самостоятельная 36).

№ п/п	Раздел Дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости *(по неделям семестра)* Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
1	**Раздел 1.** Основные теоретические положения и среда международного маркетинга	7	2	2	8		Опрос, доклад по теме.
1.1	Понятие и сущность международного маркетинга.	7	1	1	4		Опрос, доклад по теме.
1.2	Международная маркетинговая среда туристических рынков.	7	1	1	4		Опрос, доклад по теме.
2	**Раздел 2.** Маркетинговые исследования зарубежных рынков.	7	6	6	9		Опрос, доклад по теме.
2.1	Специфика маркетингового исследования в международном маркетинге на рынке сфере туризма и сервиса.	7	2	2	3		Опрос, доклад по теме.
2.2	Процесс сегментирования международного рынка	7	2	2	3		Опрос, доклад по теме.
2.3	Информационное обеспечение маркетинговых исследований	7	2	2	3		Опрос, доклад по теме.
3	**Раздел 3.** Разработка программы международного	7	6	6	9		Опрос, доклад по теме.

	маркетинга.						
3.1	Товарные стратегии в международном маркетинге.	7	2	2	3		Опрос, доклад по теме.
3.2	Международные коммуникационные стратегии. Специфика продвижения туристических услуг.	7	2	2	3		Опрос, доклад по теме.
3.3	Ценообразование в международном маркетинге.	7	2	2	3		Опрос, доклад по теме.
4	**Раздел 4.** Стратегии и формы международного маркетинга.	7	4	4	10		Опрос, доклад по теме.
4.1	Система маркетинговых стратегий. Формы международного маркетинга.	7	2	2	5		Опрос, доклад по теме.
4.2	Международная конкуренция. Конкурентоспособность туристических рынков.	7	2	2	5		Опрос, доклад по теме.
	Итого	7	18	18	36		Зачет

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учебник для студ.вузов / Ф. Котлер, Дж.Боуэн, Дж.Мейкенз. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 1045с.
2. Маркетинг туризма: Учеб. пособие для студ. вузов / Авт. И.В. Гончарова и др. – М.: федеральное агентство по туризму, 2014. – 217с.

б) дополнительная литература:

1. Акулич И.Л. Международный маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / И.Л. Акулич. — Электрон. текстовые данные. — Минск: ТетраСистемс, Тетралит, 2014. — 512 с. — 978-985-7081-32-5. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/28128.html
2. Моргунов В.И. Международный маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / В.И. Моргунов, С.В. Моргунов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2015. — 182 с. — 978-5-394-02229-6. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/52268.html
3. Ханин М.С. Международная торговля услугами [Электронный ресурс] : учебное пособие / М.С. Ханин. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московская государственная академия водного транспорта, 2012. — 40 с. — 2227-8397. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/46476.html

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. Windows 10 Pro
2. WinRAR
3. Microsoft Office Professional Plus 2013

4. Microsoft Office Professional Plus 2016
5. Microsoft Visio Professional 2016
6. Visual Studio Professional 2015
7. Adobe Acrobat Pro DC
8. ABBYY FineReader 12
9. ABBYY PDF Transformer+
10. ABBYY FlexiCapture 11

11. Программное обеспечение «interTESS»
12. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс», версия «эксперт»
13. ПО Kaspersky Endpoint Security
14. «Антиплагиат.ВУЗ» (интернет - версия)
15. «Антиплагиат-интернет»

1. www.marketing.spb.ru - сайт рекомендуется для изучения теоретических основ международного маркетинга.
2. www.4p.ru - сайт рекомендуется для изучения теоретических основ международного маркетинга.
3. www.marketolog.ru – сетевой журнал о маркетинге и рекламе.

Автор_____Назарова Л.Х. – к.э.н., доцент кафедры теории и методики сервиса и туризма ИЭПиУ СахГУ.

Рецензент_____ – Домра Ю.М., ст. преподаватель кафедры теории и методики сервиса и туризма ИЭПиУ СахГУ.

Рассмотрена и актуализирована на заседании кафедры теории и методики сервиса и туризма «09» июня 2018г., протокол № 16.

Утверждена на совете ИЭПиУ «10» июля 2018г.