

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт международных отношений
Отделение Высшая школа исторических наук и всемирного культурного наследия



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Международный маркетинг в индустрии туризма

Направление подготовки: 43.04.02 - Туризм

Профиль подготовки: Международный туризм

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2016

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Эйдельман Б.М. (кафедра сервиса и туризма, Институт управления, экономики и финансов), BMEjdelman@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1	способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу
ОК-2	готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения
ОПК-1	готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности
ПК-1	способностью разрабатывать - новые туристские проекты, соответствующие требованиям туристской индустрии, выявлять приоритетные направления в проектировании, составлять необходимую нормативно-техническую документацию
ПК-10	способностью разрабатывать и внедрять нормативную документацию по стандартизации, сертификации и качеству туристского продукта и услуг туристской-индустрии

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- цели и принципы международного маркетинга ;
- функциональные задачи международного маркетинга ;
- важнейшие международные маркетинговые стратегии;
- структуру комплекса международного маркетинга;

Должен уметь:

- организовывать и проводить международные маркетинговые исследования;
- формировать спрос на услуги предприятий туризма на международном рынке;
- проводить презентации продуктов и услуг предприятий туризма на международном рынке;
- осуществлять мероприятия по стимулированию сбыта продуктов и услуг предприятий туризма на международном рынке;

Должен владеть:

- готовностью к выявлению потребностей потребителя в туризме на международном рынке;
- готовностью к организации и выполнению проектов в туризме на международном рынке;
- способностью использовать современные научные принципы и методы международного исследования рынка туризма;
- способностью находить, анализировать и обрабатывать научно техническую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий;
- готовностью к применению прикладных методов исследовательской деятельности в области формирования и продвижения гостиничного продукта соответствующего требованиям современного международного рынка.

Должен демонстрировать способность и готовность:

Студент должен демонстрировать готовность к выявлению потребностей потребителя, формированию туристского продукта, клиентурных отношений; готовность к организации и выполнению международных проектов в туризме; способность использовать современные научные принципы и методы международного исследования туристского рынка ; готовность к применению прикладных методов исследовательской деятельности в области формирования и продвижения туристского продукта, соответствующего требованиям потребителей на международном рынке; способность находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.4 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 43.04.02 "Туризм (Международный туризм)" и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 2 курсе в 4 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) на 108 часа(ов).

Контактная работа - 14 часа(ов), в том числе лекции - 8 часа(ов), практические занятия - 6 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 85 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 9 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 4 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Среда международного маркетинга.	4	2	2	0	21
2.	Тема 2. Международные маркетинговые исследования.	4	2	2	0	21
3.	Тема 3. Способы выхода на международный рынок.	4	2	1	0	21
4.	Тема 4. Структура комплекса международного маркетинга.	4	2	1	0	22
	Итого		8	6	0	85

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Среда международного маркетинга.

Общее понятие о международном маркетинге. Экономическая среда международного маркетинга. Общие характеристики типа экономической системы и модели рыночной экономики. Ограничения в международной торговле. Политико-правовая среда международного маркетинга. Социально-культурная среда международного маркетинга.

Тема 2. Международные маркетинговые исследования.

Роль и значение международных маркетинговых исследований. Проблемы, возникающие при проведении международных маркетинговых исследований: трудности сбора информации, правовые ограничения на проведение исследований, факторы культурной среды. Виды международных маркетинговых исследований.

Тема 3. Способы выхода на международный рынок.

Стратегии выхода на зарубежные рынки: экспорт, совместная предпринимательская деятельность, прямое инвестирование за рубежом. Виды совместной предпринимательской деятельности: лицензирование, подрядное производство, управление по контракту, совместное владение. Цели международного инвестирования.

Тема 4. Структура комплекса международного маркетинга.

Элементы комплекса международного маркетинга. Товарная стратегия в международном маркетинге и ее разновидности: распространение в неизменном виде, приспособление (адаптация товара, изобретение новинки). Сбытовая, рекламная стратегия и стимулирование сбыта в международном маркетинге. Двойная адаптация. Ценовые стратегии в международном маркетинге.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;
- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС З++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Маркетинг в туризме - npark.ru?marketing-v-turizme.html

Маркетинговые исследования в области международного туризма - referatwork.ru/refs/source/ref-62458.html

Маркетинговые исследования туристского рынка - www.tourdom.ru/bakery/?read=58&r

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Программа по дисциплине 'Международные маркетинг в индустрии туризма' предусматривает проведение лекционных, практических и других форм занятий.

В процессе изучения дисциплины обучающимся необходимо показать важность и практическую значимость международного маркетинга, как особого вида деятельности, формирующего комплексный управленческий процесс; представить наиболее важные теоретико-методологические положения в области теоретического и практического международного маркетинга в туристской индустрии; ознакомить студентов с важнейшими концептуальными подходами к современному международному маркетингу; дать полное представление об условиях и особенностях организации и проведения международный маркетинговых исследований.

Основная методика, применяемая при конструировании педагогических технологий, используемых в целях реализации программных требований дисциплины 'Международные аспекты маркетинга' - это методика знаково-контекстного обучения, реализуемая посредством системного использования профессионального контекста и последовательного насыщения образовательного процесса смыслами, ценностями и фактами профессиональной туристской деятельности.

Методы обучения:

- метод проектов;
- работа в малых группах (ролевые игры и разбор ситуаций туристской практики);
- использование общественных ресурсов (мастер-классы; ролевые игры);
- метод социальных проектов во внеаудиторной самостоятельной работе студентов;
- интерактивные лекции; В рамках учебного курса предусмотрены встречи с руководителями гостиничных предприятий, руководителями государственных и общественных организаций в сфере гостиничного бизнеса, мастер-классы специалистов.
- коллективное обсуждение сложных дискуссионных вопросов и проблем (применение метода проблемных ситуаций) и др.

В рамках учебного курса предусмотрены встречи с руководителями туристских и гостиничных предприятий, руководителями государственных и общественных организаций в сфере туризма и гостиничного бизнеса, мастер-классы специалистов.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатурой;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;

- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи;
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 43.04.02 "Туризм" и магистерской программе "Международный туризм".

Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.4 Международный маркетинг в индустрии туризма

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 43.04.02 - Туризм

Профиль подготовки: Международный туризм

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2016

Основная литература:

Киседобрев В. П. Менеджмент в туризме: Учебник / В.П. Киседобрев, О.Н. Кострюкова, А.В. Киседобрев; Под ред. проф. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 152 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=369961>

Котлер, Филип. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Электронный ресурс] : Учебник для студентов вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз; пер. с англ. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 1071 с. - (Серия 'Зарубежный учебник'). <http://znanium.com/bookread2.php?book=391834>

Мазилкина Е. И. Организация продаж гостиничного продукта: Учебное пособие/Мазилкина Е. И. - М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 207 с.: 60x90 1/16. - (ПРОФИЛЬ) (Переплёт) ISBN 978-5-98281-384-8, 200 экз.

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=519133>

Дополнительная литература:

Система маркетинговых инструментов и механизмов их реализации в планировании территориального развития: Моногр. / Карпова С.В., Касаев Б.С., Климов Д.В. - М.: Вузовский уч., НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 256 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=560601>

Чудновский, Алексей Данилович. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки 'Менеджмент' (квалификация (степень) 'бакалавр') / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова .? Москва : [Федеральное агентство по туризму], 2014 .? 290 с.

Туристский рынок Республики Татарстан: состояние и перспективы развития / [Артемьев А. В., Аксенов Н. А., Афанасьев А. А., Шабанова Л. Б.] ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования Рос. гос. торгово-экон. ун-т (РГТЭУ), Казан. ин-т (фил.) .? Казань : [Алекспресс], 2013 .? 203 с.

Хуснутдинова, Светлана Рустамовна . Городской туризм : учебное пособие / С. Р. Хуснутдинова ; Казан. федер. ун-т, Ин-т экологии и географии, Каф. теории и методики геогр. и экол. образования .? Казань : [Казанский университет], 2014 .? 59 с

Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.4 Международный маркетинг в индустрии туризма

Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Направление подготовки: 43.04.02 - Туризм

Профиль подготовки: Международный туризм

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2016

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.