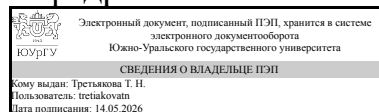


УТВЕРЖДАЮ:  
Заведующий выпускающей  
кафедрой



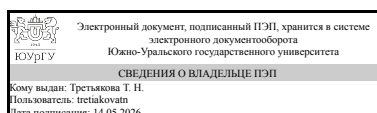
Т. Н. Третьякова

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.М0.04.02 Глобальный маркетинг  
для направления 43.04.03 Гостиничное дело  
уровень Магистратура  
магистерская программа Общая теория и практика гостиничной деятельности  
форма обучения заочная  
кафедра-разработчик Туризм и социально-культурный сервис

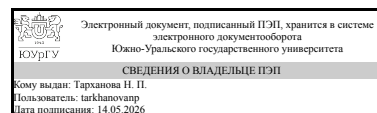
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело, утверждённым приказом Минобрнауки от 15.06.2017 № 558

Зав.кафедрой разработчика,  
д.пед.н., проф.



Т. Н. Третьякова

Разработчик программы,  
к.геогр.н., доц., доцент



Н. П. Тарханова

## 1. Цели и задачи дисциплины

Цели: специфика международного маркетинга, приобретение теоретических знаний и практических навыков по формированию комплекса международного маркетинга, оценке целесообразности и способов выхода на внешние рынки. Задачи: ознакомить с сущностью и спецификой международного маркетинга; ознакомить с методикой проведения исследований внешнего рынка ознакомить с особенностями реализации комплекса маркетинга на внешних рынках

## Краткое содержание дисциплины

Международный маркетинг: предпосылки, цели, специфика Глобализация и ее влияние на развитие международного маркетинга. Фритредерство и протекционизм. Опасности и барьеры при проникновении на иностранные рынки. Сбор информации о страновых особенностях потенциальных зарубежных рынков. Виды международного маркетинга. Классификация международного маркетинга. Экспорт и импорт. Совместная предпринимательская деятельность. Прямые инвестиции. Франчайзинг. Понятие и сущность маркетинговых исследований. Цели и задачи маркетинговых исследований. Значение и особенности исследований в международной торговой деятельности. Субъекты исследований. Основные этапы, виды и направления исследований. Специфика окружающей среды международного маркетинга. Маркетинговые исследования и сегментация мировых рынков. Исследование зарубежного рынка. Конъюнктура рынка и его показатели. Определение емкости рынка и рыночной доли. Элементы ситуативного торгового анализа. PEST-анализ. Базовый и расширенный SWOT-анализ. Матрица БКГ. Матрица Мак-Кинси. Анализ сегментации. Позиционный анализ. Сравнительный анализ конкурентов. Многоугольник конкурентоспособности. Конкурентная карта рынка. Исследование зарубежных потребителей: выявление и прогнозирование потребностей, возможностей формирования потребностей, использования каналов маркетинговых коммуникаций.

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Знает: сущность и специфику глобального маркетинга; отечественный и зарубежный опыт в области глобального маркетинга Умеет: учитывать сущность и специфику глобального маркетинга; применять отечественный и зарубежный опыт в области международного маркетинга Имеет практический опыт: оценки элементов среды международного маркетинга и их влияния на принятие стратегических решений в индустрии гостеприимства
ПК-1 Способен оценивать экономические последствия и эффективность управленческих решений по выбору концепции, разработке и реализации стратегии	Знает: основные подходы к осуществлению маркетинговой деятельности на глобальных рынках; модели, изучающие влияние культуры на поведение потребителей во время

	<p>исследований</p> <p>Умеет: составлять программу маркетингового исследования рынка и осуществлять исследования за рубежом</p> <p>Имеет практический опыт: анализа и интерпретации результатов научных и маркетинговых исследований в профессиональной деятельности</p>
<p>ПК-2 Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые инновации на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания и реализовывать их с использованием информационно-коммуникационных технологий</p>	<p>Знает: методы анализа и прогноза данных; основные экономические и маркетинговые показатели деятельности отдельных компаний и региона, необходимые для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроэкономическом уровне</p> <p>Умеет: готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне</p> <p>Имеет практический опыт: использовать знания основных экономических и маркетинговых показателей деятельности отдельных компаний и региона в их взаимосвязи для анализа и оценки ситуации в индустрии гостеприимства</p>
<p>ПК-8 Способен управлять внедрением инновационных технологий и информационно-коммуникативных инноваций для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания</p>	<p>Знает: особенности функционирования глобальных рынков; особенности реализации комплекса маркетинга на внешних рынках</p> <p>Умеет: учитывать особенности реализации комплекса маркетинга на внешних рынках; использовать отечественный и зарубежный опыт в области международного маркетинга</p> <p>Имеет практический опыт: организовать сбор и обработку информации о внешнем рынке; оценить элементы среды международного маркетинга и их влияние на принятие маркетинговых решений</p>

### 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
<p>Международные гостиничные цепи, Цифровые технологии гостиничной деятельности, Устойчивое развитие индустрии гостеприимства, Иностранный язык в профессиональной деятельности, Технологии разработки анимационных программ, Производственная практика (проектно-технологическая) (2 семестр)</p>	<p>Междисциплинарный подход к организации гостиничной деятельности, Исследование, оценка и прогнозирование экономической устойчивости гостиничного предприятия, Технологии бренд-менеджмента в сфере гостеприимства</p>

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Технологии разработки анимационных программ	<p>Знает: особенности работы с различными типами потребителей в зависимости от их возраста, пола, национальности, психологических особенностей; основы управления анимационной деятельностью в гостиницах, особенности анимационного обслуживания в различных средствах размещения; методику анимационной деятельности</p> <p>Умеет: учитывать различные особенности (национальные, возрастные, психологические и т.д.) целевой аудитории при разработке и реализации анимационных программ; оценивать эффективность анимационного менеджмента в отеле, разрабатывать различные анимационные программы</p> <p>Имеет практический опыт: организации игрового взаимодействия с различными группами гостей, экскурсантов, туристов (в том числе с применением подвижных, народных и спортивных игр и соревнований), организовывать отдых и развлечения</p>
Международные гостиничные цепи	<p>Знает: международные, национальные и региональные стандарты качества в индустрии гостеприимства, типологию моделей гостиничной деятельности, методику моделирования, принципы и подходы к стандартизированному моделированию в соответствии с международными стандартами обслуживания в гостиничных комплексах, современные гостиничные цепи и управляющие компании</p> <p>Умеет: анализировать и сопоставлять стандарты обслуживания и стандарты предприятия с менеджментом качества индустрии гостеприимства, выбирать методику моделирования и определять условия эффективного внедрения и функционирования стандартизированных моделей обслуживания в гостиничных комплексах в соответствии с международными стандартами, анализировать информацию о деятельности современных гостиничных цепей на мировом и национальном рынке индустрии гостеприимства</p> <p>Имеет практический опыт: разработки стандартов предприятия и стандартов обслуживания, с учетом комплексной оценки качества индустрии гостеприимства в регионе, проектирования моделей предметной области в индустрии гостеприимства в соответствии с международными стандартами, интерпретации современных технологий передовых зарубежных и национальных гостиничных цепей</p>
Цифровые технологии гостиничной деятельности	<p>Знает: особенности использования цифровых технологий при проектировании маркетинговых инноваций в индустрии гостеприимства,</p>

	<p>современные цифровые технологии, используемые в индустрии гостеприимства в РФ и за рубежом, основные понятия, принципы и особенности статистического анализа информации Умеет: генерировать идеи маркетинговых инноваций и воплощать их в цифровых технологиях; реализовать маркетинговые инновации посредством цифровых технологий, организовывать в цифровой среде взаимодействие с другими людьми, осуществлять поиск нужных источников информации; составлять аналитические отчеты на основе полученной информации Имеет практический опыт: создания опросников, анкет на онлайн платформах для проведения маркетинговых исследований, использования различных цифровых средств для организации профессионального взаимодействия в индустрии гостеприимства в условиях цифровой среды, управления информационными ресурсами и использования основных гостиничных программ в цифровой среде</p>
<p>Устойчивое развитие индустрии гостеприимства</p>	<p>Знает: принципы устойчивости экономического развития территории; причины, ограничивающие направление дальнейшего развития человечества; взаимосвязь социальных и экономических аспектов развития, основные технологические процессы в индустрии гостеприимства; понятийный аппарат, терминологию, определения, формулировки используемые в современной практике устойчивого развития, основные положения и принципы концепции устойчивого развития, проблемы и пути реализации концепции на практике; специфику, тенденции и механизмы реализации концепции устойчивого развития в сфере гостеприимства, методы и способы проведения мониторинга и оценки эффективности процессов в индустрии гостеприимства, теоретические и методические основы организационного проектирования и управления проектами Умеет: анализировать потребности, выявлять приоритеты, рационально распределять имеющиеся ресурсы для решения поставленной задачи в сфере гостеприимства, осуществлять выбор и использовать оптимальные информационно-коммуникативные технологии для внедрения инноваций в сфере гостеприимства, проводить исследования, оценивать эффективность существующих моделей управления и разрабатывать новые методы и технологии управления в индустрии гостеприимства, анализировать, обобщать и воспринимать инновации; ставить цель и формулировать задачи по её достижению с использованием информационно-</p>

	<p>коммуникационных технологий, использовать научно-методические подходы в проектировании, организации и управлении системами гостиничных предприятий на основе принципа устойчивого развития Имеет практический опыт: исследовательской работы в области устойчивого развития индустрии гостеприимства, определять перспективные направления гостиничного бизнеса и формировать хозяйственную стратегию гостиничного предприятия в контексте устойчивого развития, применять принципы, инструментарий устойчивого развития в профессиональной деятельности, проводить мониторинг и оценку эффективности маркетинговых процессов в индустрии гостеприимства, применения методов мониторинга и маркетинга гостиничных услуг, подходов к проектированию, развитию и управлению в сфере гостеприимства на основе принципов устойчивого развития</p>
<p>Иностранный язык в профессиональной деятельности</p>	<p>Знает: языковые нормы культуры устного общения, этических и нравственных норм поведения, принятых в стране изучаемого языка, основные различия письменного и устного академического дискурса, терминологическую базу для профессионального общения; современные коммуникативные технологии на русском и иностранном языках; способы поиска источников профессиональной информации на иностранном языке Умеет: устанавливать контакты и поддерживать взаимодействие с представителями иноязычной культуры, адекватно понимать и интерпретировать устные и письменные академические тексты; составлять академические тексты (рефераты, аннотации, обзоры, статьи); создавать адекватные высказывания в условиях конкретной ситуации профессионально-ориентированного общения; реализовать коммуникативное намерение с целью воздействия на партнера по профессиональному общению, применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы профессионально-ориентированного общения для академического и профессионального взаимодействия; работать с источниками профессиональной информации на иностранном языке Имеет практический опыт: построения контактных и стимулирующих фраз речевого этикета; использования информации коммуникативного поведенческого и страноведческого характера в рамках гостиничной деятельности, использования коммуникативных стратегий для профессионально-ориентированной деятельности; использования приемов чтения</p>

	<p>профессионально-ориентированных текстов структурирования усваиваемого материала; методикой межличностного профессионального общения на русском и иностранном языках; презентационными технологиями для представления результатов исследовательской деятельности; исследовательскими технологиями для выполнения проектных заданий; речевых стратегий для участия в профессионально-ориентированной коммуникации на иностранном языке</p>
<p>Производственная практика (проектно-технологическая) (2 семестр)</p>	<p>Знает: теоретические аспекты клиентоориентированного подхода; технологии разработки стратегии CRM как основы подготовки кадров в сфере гостеприимства, основные тенденции развития территориальных туристско-рекреационных систем на глобальном, региональном и локальном уровнях, нормативно-законодательную базу национальной системы классификации средств размещения Умеет: разрабатывать процедуры поддержки работоспособности информационных систем для формирования и развития кадрового потенциала сферы гостеприимства, обосновывать и разрабатывать концепции и принципы региональной гостиничной деятельности с учетом государственной политики и современных тенденций развития внутреннего туризма, проводить оценку качества услуг средств размещения на соответствие заявленной категории Имеет практический опыт: решать стандартные задачи профессиональной деятельности с учетом основных требований системы подготовки кадров, координации маркетинговых усилий в управлении продажами; работы с ресурсами глобальных систем бронирования туристского и гостиничного продуктов, анализа качества гостиничных услуг и устранения существующих несоответствий</p>

#### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 14,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		4	
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108	
<i>Аудиторные занятия:</i>	6	6	
Лекции (Л)	0	0	
Практические занятия, семинары и (или) другие виды	6	6	

аудиторных занятий (ПЗ)		
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	93,5	93,5
Подготовка к экзамену	32	32
Подготовка к занятиям	12	12
написание контрольной работы	30	30
Выполнение творческого задания	9,5	9.5
Написание реферата	10	10
Консультации и промежуточная аттестация	8,5	8,5
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен

## 5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Глобальный маркетинг: содержание испецифика	6	0	6	0

### 5.1. Лекции

Не предусмотрены

### 5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Сущность международного маркетинга, глобализация экономики и стратегии развития	2
2	1	Комплекс международного маркетинга	2
3	1	Анализ рыночных возможностей компании в сфере международной торговли услугами	2

### 5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

### 5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Подготовка к экзамену	Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 343 с.; Международный маркетинг : учебно-методическое пособие / сост. А. К. Кайдашова. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 135 с. - ISBN 978-5-	4	32

	<p>9765-2428-6. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/">https://znanium.com/</a>; Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 356 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/1021445. - ISBN 978-5-16-015270-7. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/">https://znanium.com/</a>; Краснянская, О. Стратегический маркетинг: Теория и практика : учебник / О. Краснянская. — Москва : СОЛОН-Пресс, 2022. — 112 с. — ISBN 978-5-91359-489-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book">https://e.lanbook.com/book</a></p>		
Подготовка к занятиям	<p>Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 343 с.;  Международный маркетинг : учебно-методическое пособие / сост. А. К. Кайдашова. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 135 с. - ISBN 978-5-9765-2428-6. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/">https://znanium.com/</a>; Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 356 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/1021445. - ISBN 978-5-16-015270-7. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/">https://znanium.com/</a>; Краснянская, О. Стратегический маркетинг: Теория и практика : учебник / О. Краснянская. — Москва : СОЛОН-Пресс, 2022. — 112 с. — ISBN 978-5-91359-489-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book">https://e.lanbook.com/book</a></p>	4	12
написание контрольной работы	<p>Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 343 с.;  Международный маркетинг : учебно-методическое пособие / сост. А. К. Кайдашова. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 135 с. - ISBN 978-5-9765-2428-6. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/">https://znanium.com/</a>; Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 356 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/1021445. - ISBN 978-5-16-015270-7. - Текст : электронный. - URL:</p>	4	30

	<p><a href="https://znanium.com">https://znanium.com</a>; Краснянская, О. Стратегический маркетинг: Теория и практика : учебник / О. Краснянская. — Москва : СОЛОН-Пресс, 2022. — 112 с. — ISBN 978-5-91359-489-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book">https://e.lanbook.com/book</a></p>		
Выполнение творческого задания	<p>Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 343 с.;  Международный маркетинг : учебно-методическое пособие / сост. А. К. Кайдашова. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 135 с. - ISBN 978-5-9765-2428-6. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/">https://znanium.com/</a>; Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 356 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/1021445. - ISBN 978-5-16-015270-7. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/">https://znanium.com/</a>; Краснянская, О. Стратегический маркетинг: Теория и практика : учебник / О. Краснянская. — Москва : СОЛОН-Пресс, 2022. — 112 с. — ISBN 978-5-91359-489-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book">https://e.lanbook.com/book</a></p>	4	9,5
Написание реферата	<p>Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 343 с.;  Международный маркетинг : учебно-методическое пособие / сост. А. К. Кайдашова. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 135 с. - ISBN 978-5-9765-2428-6. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/">https://znanium.com/</a>; Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 356 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/1021445. - ISBN 978-5-16-015270-7. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/">https://znanium.com/</a>; Краснянская, О. Стратегический маркетинг: Теория и практика : учебник / О. Краснянская. — Москва : СОЛОН-Пресс, 2022. — 112 с. — ISBN 978-5-91359-489-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book">https://e.lanbook.com/book</a></p>	4	10

## 6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

### 6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	4	Текущий контроль	Написание реферата	1	10	Новизна реферированного текста: наличие авторской позиции, самостоятельность суждений-2Б; авторская позиция отсутствует, самостоятельные суждения отсутствуют-1б; Степень раскрытия сущности проблем: соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы соответствие плана теме реферата-3б; соответствие содержания теме и плану реферата; не полно раскрыты основные понятия и проблемы-2б; соответствие плана теме реферата; имеется не полное соответствие содержания теме и плану реферата; не полно раскрыты основные понятия и проблемы-1б; не соответствие содержания теме и плану реферата; не полно раскрыты основные понятия и проблемы-0б; Обоснованность выбора источников; полнота использования литературных источников по проблеме; привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.) не менее 3-3б; полнота использования литературных источников по проблеме; привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.)	экзамен

					<p>не менее 2-2б;полнота использования литературных источников по проблеме; привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.)</p> <p>не менее 1-1б;не полное использование литературных источников по проблеме; не используются новейшие работы по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.)</p> <p>не менее 1-0б;Соблюдение требований к оформлению:правильное оформление ссылок на используемую литературу; соблюдение требований к объему реферата-2б;ссылки оформлены не в соответствии с требованиями, требования к объему реферата не выполнены-1б</p> <p>Максимальное количество баллов: 10.Весовой коэффициент 1 . Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %</p>		
2	4	Текущий контроль	Занятие Сущность международного маркетинга,глобализация экономики и стратегии развития	1	10	<p>Задание выполнено правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания -3.</p> <p>Задание выполнено правильно, дано неполное пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания -2.</p> <p>Задание выполнено правильно, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи преподавателя-1</p> <p>Задание выполнено неправильно, обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению 0</p> <p>Студент: Демонстрирует хорошие аналитические способности,</p>	экзамен

					<p>способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами курса 3.</p> <p>Демонстрирует хорошие аналитические способности, однако допускает некоторые неточности -2</p> <p>допускает существенные ошибки при установлении логических взаимосвязей -1</p> <p>Обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания -0.</p> <p>Студент показал; знание дополнительной литературы -2.</p> <p>Знание литературы по проблеме в пределах курса-1</p> <p>Студент свободно владеет научной терминологией-2</p> <p>Студент допускает некоторые неточности при оперировании научной терминологией-1</p> <p>Студент не использует научную терминологию- 0. Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %</p>		
3	4	Текущий контроль	Занятие 2 Комплекс международного маркетинга	1	10	<p>Задание выполнено правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания -3.</p> <p>Задание выполнено правильно, дано неполное пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания -2.</p> <p>Задание выполнено правильно, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи преподавателя-1</p> <p>Задание выполнено неправильно, обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению 0</p> <p>Студент:</p>	экзамен

					<p>Демонстрирует хорошие аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами курса 3.</p> <p>Демонстрирует хорошие аналитические способности, однако допускает некоторые неточности -2</p> <p>допускает существенные ошибки при установлении логических взаимосвязей -1</p> <p>Обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания -0.</p> <p>Студент показал; знание дополнительной литературы -2.</p> <p>Знание литературы по проблеме в пределах курса-1</p> <p>Студент свободно владеет научной терминологией-2</p> <p>Студент допускает некоторые неточности при оперировании научной терминологией-1</p> <p>Студент не использует научную терминологию- 0. Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %</p>		
4	4	Текущий контроль	Занятие 3 Анализ рыночных возможностей компании в сфере международной торговли услугами	1	10	<p>Задание выполнено правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания -3.</p> <p>Задание выполнено правильно, дано неполное пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания -2.</p> <p>Задание выполнено правильно, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи преподавателя-1</p> <p>Задание выполнено неправильно, обсуждение и помощь преподавателя не привели к</p>	экзамен

					<p>правильному заключению 0 Студент: Демонстрирует хорошие аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами курса 3. Демонстрирует хорошие аналитические способности, однако допускает некоторые неточности -2 допускает существенные ошибки при установлении логических взаимосвязей -1 Обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания -0. Студент показал; знание дополнительной литературы -2. Знание литературы по проблеме в пределах курса-1 Студент свободно владеет научной терминологией-2 Студент допускает некоторые неточности при оперировании научной терминологией-1 Студент не использует научную терминологию- 0. Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %</p>		
5	4	Текущий контроль	выполнение творческого задания	1	10	<p>Задание выполнено правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания -3. Задание выполнено правильно, дано неполное пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания -2. Задание выполнено правильно, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи преподавателя-1 Задание выполнено неправильно,</p>	экзамен

					<p>обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению 0</p> <p>Студент:  Демонстрирует хорошие аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами курса 3.  Демонстрирует хорошие аналитические способности, однако допускает некоторые неточности -2  допускает существенные ошибки при установлении логических взаимосвязей -1  Обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания -0.  Студент показал; знание дополнительной литературы -2.  Знание литературы по проблеме в пределах курса-1  Студент свободно владеет научной терминологией-2  Студент допускает некоторые неточности при оперировании научной терминологией-1  Студент не использует научную терминологию- 0. Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %</p>		
6	4	Текущий контроль	Выполнение контрольной работы	1	10	<p>Задание выполнено правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания -3.  Задание выполнено правильно, дано неполное пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания -2.  Задание выполнено правильно, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи</p>	экзамен

					<p>преподавателя-1 Задание выполнено неправильно, обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению 0 Студент: Демонстрирует хорошие аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами курса 3. Демонстрирует хорошие аналитические способности, однако допускает некоторые неточности -2 допускает существенные ошибки при установлении логических взаимосвязей -1 Обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания -0. Студент показал; знание дополнительной литературы -2. Знание литературы по проблеме в пределах курса-1 Студент свободно владеет научной терминологией-2 Студент допускает некоторые неточности при оперировании научной терминологией-1 Студент не использует научную терминологию- 0. Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %</p>		
7	4	Промежуточная аттестация	Вопросы к экзамену	-	40	<p>На экзамене происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольнорейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от</p>	экзамен

					24.05.2019 г. № 179) Отлично: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 85...100 % Хорошо: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 75...84 % Удовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60...74 % Неудовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59 %	
--	--	--	--	--	---	--

## 6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	тестирование	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

## 6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ						
		1	2	3	4	5	6	7
УК-5	Знает: сущность и специфику глобального маркетинга; отечественный и зарубежный опыт в области глобального маркетинга	+	+				+	+
УК-5	Умеет: учитывать сущность и специфику глобального маркетинга; применять отечественный и зарубежный опыт в области международного маркетинга			+			+	
УК-5	Имеет практический опыт: оценки элементов среды международного маркетинга и их влияния на принятие стратегических решений в индустрии гостеприимства			+			+	
ПК-1	Знает: основные подходы к осуществлению маркетинговой деятельности на глобальных рынках; модели, изучающие влияние культуры на поведение потребителей во время исследований	+		+			+	+
ПК-1	Умеет: составлять программу маркетингового исследования рынка и осуществлять исследования за рубежом			+			+	
ПК-1	Имеет практический опыт: анализа и интерпретации результатов научных и маркетинговых исследований в профессиональной деятельности			+			+	
ПК-2	Знает: методы анализа и прогноза данных; основные экономические и маркетинговые показатели деятельности отдельных компаний и региона, необходимые для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроэкономическом уровне	+		++			++	++
ПК-2	Умеет: готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне			++			+	
ПК-2	Имеет практический опыт: использовать знания основных экономических и маркетинговых показателей деятельности отдельных компаний и региона в их взаимосвязи для анализа и оценки ситуации в индустрии гостеприимства					+		+
ПК-8	Знает: особенности функционирования глобальных рынков; особенности реализации комплекса маркетинга на внешних рынках	+		++			++	++
ПК-8	Умеет: учитывать особенности реализации комплекса маркетинга на внешних рынках; использовать отечественный и зарубежный опыт в			++			+	

	области международного маркетинга								
ПК-8	Имеет практический опыт: организовать сбор и обработку информации о внешнем рынке; оценить элементы среды международного маркетинга и их влияние на принятие маркетинговых решений					++		+	

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Печатная учебно-методическая документация

а) *основная литература:*

Не предусмотрена

б) *дополнительная литература:*

Не предусмотрена

в) *отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:*

Не предусмотрены

г) *методические указания для студентов по освоению дисциплины:*

1. Методические указания по самостоятельной работе

*из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:*

1. Методические указания по самостоятельной работе

### Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Электронно-библиотечная система Znanium.com	Международный маркетинг : учебно-методическое пособие / сост. А. К. Кайдашова. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 135 с. - ISBN 978-5-9765-2428-6. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/">https://znanium.com/</a>
2	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система Znanium.com	Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 356 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/1021445. - ISBN 978-5-16-015270-7. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com">https://znanium.com</a>
3	Дополнительная литература	ЭБС издательства Лань	Краснянская, О. Стратегический маркетинг: Теория и практика : учебник / О. Краснянская. — Москва : СОЛОН-Пресс, 2022. — 112 с. — ISBN 978-5-91359-489-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book">https://e.lanbook.com/book</a>
4	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 343 с. <a href="https://urait.ru/book/mezhdunarodnyy-marketing-583335">https://urait.ru/book/mezhdunarodnyy-marketing-583335</a>

Перечень используемого программного обеспечения:

## 1. Microsoft-Windows(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

### 1. -База данных ВИНТИ РАН(бессрочно)

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Экзамен	467 (3)	1. Стол преподавателя – 1 шт. 2. Экран – 1 шт. 3. Компьютер – 1 шт. 4. Мультимедийный проектор – 1 шт. 5. Акустическая система – 1 шт. 6. Кондиционер – 1 шт.
Практические занятия и семинары	467 (3)	1. Стол преподавателя – 1 шт. 2. Экран – 1 шт. 3. Компьютер – 1 шт. 4. Мультимедийный проектор – 1 шт. 5. Акустическая система – 1 шт. 6. Кондиционер – 1 шт.
Лекции	467 (3)	1. Стол преподавателя – 1 шт. 2. Экран – 1 шт. 3. Компьютер – 1 шт. 4. Мультимедийный проектор – 1 шт. 5. Акустическая система – 1 шт. 6. Кондиционер – 1 шт.