

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 12.05.2026 14:25:09
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Высшая школа управления

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

43.04.02 ТУРИЗМ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

ПЛАНИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Международный маркетинг в сфере туризма и гостеприимства» входит в программу магистратуры «Планирование и развитие туризма» по направлению 43.04.02 «Туризм» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра туризма и сервиса. Дисциплина состоит из 4 разделов и 8 тем и направлена на изучение технологий формирования маркетинговых стратегий и программ, маркетингового планирования в сфере туризма и гостеприимства с учетом специфики деятельности на международных рынках; инструментов реализации маркетинговых стратегий, концепций и программ в деятельности предприятий сферы туризма и гостеприимства, в том числе с использованием современных информационно-коммуникативных технологий.

Целью освоения дисциплины является формирование теоретических знаний, умений и навыков принятия, обоснования и реализации управленческих решений в сфере международного маркетинга предприятий туризма и гостеприимства в современных условиях глобализации.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Международный маркетинг в сфере туризма и гостеприимства» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ОПК-4	Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма	ОПК-4.1 Применяет технологии маркетинговых исследований в профессиональной деятельности; ОПК-4.2 Разрабатывает маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма; ОПК-4.3 Внедряет маркетинговые стратегии и программы в деятельность предприятий сферы туризма, в том числе с использованием сети Интернет;
ПК-3	Способен управлять реформированием и реструктуризацией деятельности предприятий сферы туризма	ПК-3.1 Формирует туристский продукт, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста; ПК-3.2 Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг; ПК-3.3 Ведет переговоры с партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов;
ПК-8	Способен разрабатывать маркетинговые концепции предприятий сферы туризма и реализовывать их с использованием информационно-коммуникационных средств	ПК-8.1 Обосновывает маркетинговую концепцию предприятия сферы туризма с использованием современных информационно-коммуникативных технологий; ПК-8.2 Умеет разрабатывать стратегический план реализации маркетинговой концепции предприятий сферы туризма; ПК-8.3 Умеет использовать современные информационно-коммуникационные средства для реализации маркетинговых концепций предприятий сферы туризма;
ПК-9	Способен применять международный опыт при управлении ресурсами и качеством услуг организаций туристской сферы	ПК-9.1 Вырабатывает управленческие решения на базе объективных результатов анализа международного опыта деятельности организаций туристской сферы;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Международный маркетинг в сфере туризма и гостеприимства» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Международный маркетинг в сфере туризма и гостеприимства».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ОПК-4	Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма		Инновационный менеджмент и предпринимательство в туризме; Бренд-менеджмент в индустрии туризма;
ПК-3	Способен управлять реформированием и реструктуризацией деятельности предприятий сферы туризма		Преддипломная практика; <i>Бизнес-инжиниринг в индустрии туризма**</i> ; Формирование туристских кластеров России;
ПК-8	Способен разрабатывать маркетинговые концепции предприятий сферы туризма и реализовывать их с использованием информационно-коммуникационных средств		Преддипломная практика; Бренд-менеджмент в индустрии туризма; Формирование туристских кластеров России;
ПК-9	Способен применять международный опыт при управлении ресурсами и качеством услуг организаций туристской сферы		Стратегическое моделирование развития туризма на региональном и государственном уровне; Инновационный менеджмент и предпринимательство в туризме; <i>Финансовый менеджмент**</i> ; <i>Сохранение экологического равновесия туристских территорий**</i> ; <i>Государственная политика в сфере туризма: мировой и российский опыт**</i> ; Научно -исследовательская работа; Преддипломная практика;

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Международный маркетинг в сфере туризма и гостеприимства» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			1
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	38		38
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	36		36
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Основные концепции международного маркетинга в сфере туризма и гостеприимства.	1.1	Международный маркетинг: определение, содержание, возникновение и развитие.	Уровни международного маркетинга в сфере туризма и гостеприимства: межнациональный, многонациональный, глобальный. Основные стадии перехода к глобальному маркетингу.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Среда международного маркетинга. Стратегии выхода предприятий туризма и гостеприимства на международные рынки.	2.1	Характеристика международной маркетинговой среды.	Современная инфраструктура международного бизнеса и предпринимательский климат. Решение о входе на внешний рынок. Сегментация международных рынков. Маркетинговая оценка надежности зарубежных деловых партнеров.	ЛК, СЗ
		2.2	Стратегия ориентации.	Стратегия ориентации на «расширение» домашнего рынка. Стратегия ориентации на множественные рынки. Стратегия ориентации на глобальный маркетинг. Способы вхождения на зарубежный рынок и их специфика в сфере туризма и гостеприимства. Косвенный экспорт. Прямой экспорт. Лицензирование. Совместные предприятия	ЛК, СЗ
Раздел 3	Стратегии и программа международного маркетинга в сфере туризма и гостеприимства.	3.1	Товарная стратегия в международном маркетинге сферы туризма и гостеприимства.	Адаптация товара (услуги) к различным рынкам.	ЛК, СЗ
		3.2	Ценовая стратегия в международном маркетинге сферы туризма и гостеприимства.	Виды цен в международном маркетинге. Стратегия продвижения в международном маркетинге сферы туризма и гостеприимства. Брендинг в международном маркетинге.	ЛК, СЗ
		3.3	Сбытовая стратегия в международном маркетинге сферы туризма и гостеприимства.	Выбор каналов распределения в международном маркетинге.	ЛК, СЗ
		3.4	Интегрированная логистика в международном маркетинге.	Сущность и предпосылки интеграции. Архитектура интегрированной модели. Стратегические выгоды и вызовы.	ЛК, СЗ
Раздел 4	Организация управления международной маркетинговой деятельностью.	4.1	Оценка уровня вовлеченности предприятия сферы туризма и гостеприимства в международную деятельность.	Формы организации управления международной маркетинговой деятельностью в сфере туризма и гостеприимства. Экспортный отдел. Международное подразделение. Глобальная организация.	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Microsoft Гарант Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Microsoft Гарант Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Microsoft Гарант Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии: учебник и практикум для вузов / О. Д. Коль. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 342 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16269-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530722>

2. Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 343 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17118-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560112>

Дополнительная литература:

1. Диденко, Н. И. Международный маркетинг: учебник для бакалавриата и магистратуры / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 409 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). 2018. 2019. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/431984>

2. Котлер, Ф. Маркетинг: гостеприимство, туризм: учебник / Ф. Котлер, Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юнити-Дана, 2017. — 1071 с.: табл., граф., ил, схемы — (Зарубежный учебник). — Режим доступа: по подписке. — URL:

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684885>

3. Международный маркетинг: учебник / В. И. Моргунов, С. В. Моргунов. – 4-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 182 с.: ил., табл., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL:

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621659>

4. Моргунов, В. И. Международный маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. И. В. Воробьевой, К. Пецольдт, С. Ф. Сутырина. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 398 с. – Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс. 2017. 2018. 2019. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL:

<https://urait.ru/bcode/432949>

5. Шубаева, В. Г. Маркетинг в туристской индустрии: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 120 с. – (Университеты России). – ISBN 978-5-534-08449-8. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL:

<https://urait.ru/bcode/434064>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<https://mega.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>

- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>

- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>

- Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Международный маркетинг в сфере туризма и гостеприимства».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Белякова Наталья

Юрьевна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Константиности

Христофор

Александрович

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Профессор

Должность, БУП

Подпись

Богомолова Елена

Сергеевна

Фамилия И.О.