

**Силабус навчальної дисципліни  
«МІЖНАРОДНИЙ СЕРВІСНИЙ МАРКЕТИНГ»**

Галузь знань: 24 Сфера обслуговування  
 Спеціальність: 242 Туризм і рекреація  
 Освітня програма: Туризм  
 Рівень вищої освіти: другий (магістерський)  
 Курс: 2  
 Семестр: 3

<b>Факультет</b>	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
<b>Кафедра</b>	Маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
<b>Викладач(-і)</b>	<b>ПІБ:</b> Малирчук Наталія Миколаївна <b>Посада:</b> к.е.н, старший викладач кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом E-mail: maliarchuk.n@udpu.edu.ua
<b>Лінк на освітній контент дисципліни</b>	<a href="https://econom.udpu.edu.ua/osvitni-prohramy">https://econom.udpu.edu.ua/osvitni-prohramy</a>
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна вибіркового компонента
<b>Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години</b>	4/120
<b>Обсяг дисципліни (години) та види занять</b>	<b>Денна форма:</b> лекції (20 год.), практичні (20 год.), самостійна робота (80 год.) <b>Заочна форма:</b> лекції (6 год.), практичні (6 год.), самостійна робота (108 год.)
<b>Політика дисципліни</b>	<b>Академічна доброчесність.</b> Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Кодексом академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. <b>Відвідування занять.</b> Відвідування занять є важливою складовою освітнього процесу. Очікується, що здобувачі вищої освіти відвідають всі лекції і семінарські (практичні) заняття курсу. Пропуски семінарських (практичних) занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Здобувач вищої освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття упродовж двох тижнів з дня пропуску його. <b>Креативна ініціатива здобувача вищої освіти.</b> Здобувачі вищої освіти мають можливість за власною ініціативою підготувати доповіді до визначених робочою програмою тем семінарських (практичних) занять на основі пошуку та огляду наукових публікацій за заданою проблематикою дисципліни, поглибленому опрацюванні окремих лекційних тем або питань; при виконанні ІНДЗ самостійно вибирають його тему та творчо підходять до його вирішення.
<b>Що будемо вивчати?</b>	Управління міжнародною сервісною маркетинговою діяльністю на підприємстві та реалізація основних функцій маркетингу у міжнародному бізнесі.
<b>Чому це треба вивчати?</b>	Формування теоретичних і практичних знань у сфері ведення міжнародної сервісної маркетингової діяльності, необхідних для досягнення комерційних цілей у міжнародному бізнесі.
<b>Яких результатів можна досягнути?</b>	Спеціалізовані концептуальні знання, що включають сучасні наукові здобутки, критичне осмислення проблем у сфері туризму та рекреації і на межі галузей знань. Застосовувати сучасні цифрові технології, методи та інструменти дослідницької та інноваційної діяльності для розв'язання складних задач у сфері туризму та рекреації. Проводити аналіз геопросторової організації туристичного процесу, проектувати його стратегічний розвиток на засадах сталості. Аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку. Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово для обговорення професійних проблем, презентації результатів досліджень та проєктів у сфері туризму і рекреації.

<b>Як можна використати набуті знання та уміння?</b>	Здатність вести професійну діяльність у міжнародному та вітчизняному середовищі. Здатність спілкуватися іноземною мовою. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми. Здатність організовувати діяльність та співпрацю суб'єктів регіонального, національного та міжнародного туристичних ринків на засадах сталого розвитку з урахуванням світового досвіду. Здатність оперувати інструментами збору, обробки інформації, аналізувати та управляти туристичною інформацією.
<b>Зміст дисципліни</b>	Сутність та специфіка міжнародного сервісного маркетингу. Міжнародне маркетингове середовище. Міжнародні маркетингові дослідження. Сегментація світового ринку. Вибір зарубіжних ринків. Моделі та стратегії виходу фірми на зарубіжний ринок. Міжнародні маркетингові комунікації.
<b>Обов'язкові завдання</b>	Планується виконання здобувачами вищої освіти обов'язкових та додаткових декількох видів завдань: підготовка доповідей за заданою проблематикою дисципліни, поглибленого опрацювання окремих лекційних тем або питань; підготовка до поточного контролю знань, що полягає в опрацюванні контрольних запитань, питань для самодіагностики, самостійному опрацюванні теоретичного матеріалу за зазначеною тематикою; систематизація вивченого матеріалу для підготовки до заліку, а також обов'язкових письмових індивідуальних навчально-дослідних завдань (за вибором студента).
<b>Міждисциплінарні зв'язки</b>	Управління сервісними операціями. Стратегічний маркетинг сфери послуг. Стратегічний менеджмент сфери послуг.
<b>Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)</b>	1. Балабанова Л.В. Маркетинг : підручник. Вид. 3-тє, перероб. і допов. Київ : КНЕУ, 2015. 543 с 2. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. К.: Знання, 2015. 332 с. 3. Летуновська Н. Є., Люльов О. В. Маркетинг у туризмі : підручник. Суми : Сумський державний університет, 2020. 270 с. 4. Мальська М. П., Мандюк Н. Л. Основи маркетингу у туризмі : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 336 с. 5. Маркетингова цінова політика. Навч. посібник / Ларіна Я.С. та ін. Харків.: Діса-плюс, 2016. 208 с. 6. Міжнародний маркетинг. Навчальний посібник / Бабічева О.І. та ін. Суми: ТД «Папірус», 2015. 368 с. 7. Павленко А. Ф., А. В. Войчак Маркетинг: Підручник. К.: КНЕУ, 2013. 246с. 8. Примак Т.О. Маркетинг: Навч. посібник . К.: МАУП, 2014. 228 с.
<b>Поточний контроль</b>	Виконання завдань семінарських (практичних) занять, тестування, ІНДЗ. Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини – види та критерії оцінювання відображені в робочій програмі з дисципліни.
<b>Підсумковий контроль</b>	Залік.

Розробник



Наталія МАЛЯРЧУК