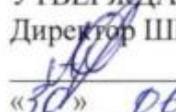


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
 Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
 «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
 ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ  
 Директор ШИП  
  
 А.А. Осадченко  
 «30» 06 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ПРИЕМ 2020 г.**  
**ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очно-заочная**

<b>Маркетинг и международная торговля в нефтегазовой отрасли</b>			
Направление подготовки/специальность	38.04.02 Менеджмент		
Образовательная программа (направленность (профиль))	Экономика и управление на предприятии нефтегазовой отрасли		
Специализация	Экономика и управление на предприятии нефтегазовой отрасли		
Уровень образования	высшее образование - магистратура		
Курс	<b>3</b>	семестр	<b>5</b>
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	<b>6</b>		
Виды учебной деятельности	Временной ресурс		
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции	9	
	Практические занятия	27	
	Лабораторные занятия	0	
	<b>ВСЕГО</b>	<b>36</b>	
	Самостоятельная работа, ч	180	
	<b>ИТОГО, ч</b>	<b>216</b>	

Вид промежуточной аттестации	<b>Экзамен, диф. зачет</b>	Обеспечивающее подразделение	<b>ШИП</b>
------------------------------	----------------------------	------------------------------	------------

Руководитель ООП Преподаватель		Н.О. Чистякова
		Э.В. Плучевская

2020г.

### 1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины является формирование у обучающихся основной образовательной программы «Экономика и управление на предприятии нефтегазовой отрасли» (п. 5 Общей характеристики ООП) состава компетенций для подготовки к профессиональной деятельности.

Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов освоения (дескрипторы компетенций)	
		Код	Наименование
ПК(У)-5	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	ПК(У)-5.В1	Владеет способностью применения необходимых для принятия альтернативных решений по разработке маркетинговых программ в увязке с целями и ресурсами фирмы, с учетом специфики международного маркетинга и НГ отрасли.
		ПК(У)-5.У1	Умеет оценивать окружающую среду для обоснования принятия решения о выходе фирмы на внешний рынок и разработки стратегии международного маркетинга, учитывая специфику НГ отрасли.
		ПК(У)-5.31	Знает основные подходы к планированию и организации международной маркетинговой деятельности.
УК(У)-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК(У)-5.В2	Владеет способностью организовать межкультурную коммуникацию коллектива с учетом специфики системы ценностей его участников.
		УК(У)-5.У3	Умеет взаимодействовать с представителями различных культур.
		УК(У)-5.33	Знает подходы к определению и интерпретации понятия «толерантность».

### 2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП

Дисциплина относится к вариативной части вариативного междисциплинарного профессионального модуля Блока 1 учебного плана образовательной программы.

### 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

После успешного освоения дисциплины будут сформированы результаты обучения:

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Компетенция
Код	Наименование	
РД-1	Уметь работать с первоисточниками научной информации и выполнять исследовательский поиск в области маркетинговых исследований	ПК(У)-5 УК(У)-5
РД-2	Использовать методологии разработки стратегий международного маркетинга в целях обоснования принятия решения о выходе фирмы на мировой рынок	
РД-3	Выражать четко и понятно свои мысли, отстаивать свои убеждения и брать ответственность за свои решения в области теории и практики маркетинга и международной торговли, с учетом специфики НГО	

Оценочные мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в календарном рейтинг-плане дисциплины.

### 4. Структура и содержание дисциплины

#### Основные виды учебной деятельности

Разделы дисциплины	Формируемый результат обучения по дисциплине	Виды учебной деятельности	Объем времени, ч.
Раздел 1. Система маркетинга.	РД-1, РД-2	Лекции	2
		Практические занятия	8
		Лабораторные занятия	-
		Самостоятельная работа	40
Раздел 2. Нефтегазовые рынки: состояние и перспективы.	РД-2, РД-3	Лекции	3
		Практические занятия	8

		Лабораторные занятия	-
		Самостоятельная работа	<b>60</b>
<b>Раздел 3. Международная торговля на рынке энергоносителей.</b>	РД-2, РД-3	Лекции	<b>4</b>
		Практические занятия	<b>11</b>
		Лабораторные занятия	-
		Самостоятельная работа	<b>80</b>

Содержание разделов дисциплины:

### **Раздел 1. Система маркетинга**

Концепции управления маркетингом. Анализ рыночных возможностей: системы маркетинговых исследования и маркетинговой информации, маркетинговая среда. Отбор целевых рынков. Разработка товаров: подход к разработке новых товаров и проблемам жизненного цикла товара. Установление цен на товары: задачи и политика ценообразования, подходы к проблеме ценообразования. Методы распространения товаров. Продвижение товаров и управление сбытом. Реализация маркетинговых мероприятий.

#### **Темы лекций:**

1. Процесс управления маркетингом.

#### **Темы практических занятий:**

1. Разработка комплекса маркетинга.
2. Методы маркетинговых исследований.
3. Обоснование выбора целевых сегментов
4. Методы ценообразования, распространения и продвижения товаров.

### **Раздел 2. Нефтегазовые рынки: состояние и перспективы развития**

Нефть как товар и объект торговли. Запасы нефти в мире. Добыча нефти. Потребление нефти в мире. Основные межрегиональные потоки нефти. Цены на нефть. Организация стран-экспортеров нефти. Государственное регулирование нефтяного сектора. Ведущие нефтяные компании. Газ в мировом энергобалансе. Запасы природного газа. Добыча газа. Потребление газа. Основные потоки газа. Эволюция газовых рынков. Ценообразование в газовом секторе. Международные рынки газа.

#### **Темы лекций:**

1. Мировой рынок нефти.
2. Международные рынки газа

#### **Темы практических занятий:**

1. Роль нефтяного комплекса в экономике России и мировой энергетике.
2. Газ в мировом энергобалансе.
3. Государственное регулирование нефтяного сектора.
4. Роль России на международных газовых рынках.

### **Раздел 3. Международная торговля на рынке энергоносителей**

Организация внешнеторговых операций: виды и методы торговли, базисные условия поставок, цены и расчеты в международной торговле. Товарная структура мирового рынка. Мировые цены. Товарные биржи: биржевые товары, организация биржевой торговли, биржевые операции. Международные нефтяные биржи.

История развития фьючерсных рынков. Объем операций на фьючерсных рынках. Функционирование фьючерсных рынков. Рыночные механизмы и поведение фьючерсных цен. Спекулятивные операции и торговля со спредом. Операции хеджирования на фьючерсных рынках. Фьючерсные и опционные контракты. Торговля фьючерсными контрактами. Цены фьючерсных контрактов. Опционные стратегии на рынке энергоносителей.

#### **Темы лекций:**

1. Организация внешнеторговых операций: виды и методы торговли, базисные условия

поставок, цены и расчеты в международной торговле.

2. Международная торговля и мировые товарные биржи

**Темы практических занятий:**

1. История развития фьючерсных рынков. Объем операций на фьючерсных рынках.
2. Товарная структура мирового рынка. Мировые цены.
3. Товарные биржи: биржевые товары, организация биржевой торговли, биржевые операции.
4. Методы торговли промышленными товарами, энергоносителями.
5. Методы биржевой торговли на рынке энергоносителей.

**Тематика курсовых работ (теоретический раздел)**

1. Анализ эффективности использования каналов распределения (нефть, газ, нефтепродукты) в стране (регион, мир)

2. Исследование системы маркетинговых коммуникаций предприятия (на примере предприятий НГО)

3. Маркетинговые исследования рынка аутсорсинг (на примере сервисных предприятий НГО)

4. Паблик рилейшнз как способ продвижения товаров (на примере предприятий НГО)

5. Анализ качества продукции и конкурентоспособности предприятия (на примере предприятий НГО)

6. Анализ позиционирования товара (нефть, газ, нефтепродукты) на рынке (на примере предприятий НГО)

7. Анализ рекламной деятельности предприятия (на примере предприятий НГО)

8. Экологический маркетинг (на примере предприятий НГО)

9. Анализ мирового рынка неразведанных запасов (нефть, газ)

10. Анализ месторождений (нефть, газ) Томской области

11. Анализ Oil кросс-корреляции

12. Анализ хеджирования фьючерсами на нефть.

13. Сравнительный анализ цены американского СПГ и российского трубопроводного газа в Европе.

14. Сравнительный анализ зоны конкурентоспособности СПГ с привязкой к нефти/нефтепродуктам и Генри Хабу в Азии и Европе

15. Эволюция рынков нефти и газа: от менее к более конкурентной среде (экономическая интерпретация «кривых Хабберта»)

16. Рынок газа: соотношение контрактной структуры и механизмов ценообразования на различных этапах эволюционного развития

17. Рынок газа – принципы ценообразования (экономическая теория: рента Рикардо и рента Хотеллинга)

18. Анализ ключевых механизмов формирования цены на невозобновляемые природные ресурсы (нефть, газ)

**5. Организация самостоятельной работы студентов**

Самостоятельная работа студентов при изучении дисциплины (модуля) предусмотрена в следующих видах и формах:

- Работа с лекционным материалом, поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- Работа в электронном курсе (изучение теоретического материала, выполнение индивидуальных заданий и контролируемых мероприятий и др.);

- Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку;
- Выполнение домашних заданий и домашних контрольных работ;
- Подготовка к практическим и семинарским занятиям;
- Анализ научных публикаций по заранее определенной преподавателем теме;
- Подготовка к оценивающим мероприятиям;

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **6.1. Учебно-методическое обеспечение**

#### **Основная литература**

1. Алексунин, Владимир Алексеевич. Маркетинг : : Учеб. пособие для студентов вузов / Алексунин. — Москва: Дашков и К, 2017. — 190 с.: ил.: 20 см. — "Рекомендовано Министерством образования и науки Российской Федерации в качестве учебника для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования, обучающихся по группе специальностей "Экономика и управление". — Библиогр.: с. 188-190.. — ISBN 978-5-394-02296-8. Схема доступа: <https://e.lanbook.com/book/93538>
2. Цахаев, Рамазан Курбанмагомедович. Маркетинг : учеб. / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. — Москва: Дашков и К, 2017. — 549 с.: ил., табл. — Рекомендовано уполномоченным учреждением Министерства образования и науки РФ — Государственным университетом управления в качестве учебника для студентов экономических вузов, обучающихся по направлению подготовки "Экономика". — Библиогр.: с. 545-549.
3. Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие / Л. А. Дробышева. — 5-е изд. — Москва : Дашков и К, 2017. — 152 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93471> (дата обращения: 05.05.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

#### **Дополнительная литература**

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под редакцией А. Л. Абаева [и др.]. — Москва : Дашков и К, 2019. — 433 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/119283> (дата обращения: 05.05.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Международный маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ) ; под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. — Москва: Юрайт, 2016. — 362 с.: ил. — Бакалавр - Магистр. — Библиогр.: с. 359-361. — ISBN 978-5-9916-5795-2.
3. Моргунов, В. И. Международный маркетинг : учебник / В. И. Моргунов, С. В. Моргунов. — Москва : Дашков и К, 2017. — 184 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93439> (дата обращения: 05.05.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

### **6.2. Информационное и программное обеспечение**

Internet-ресурсы (в т.ч. в среде LMS MOODLE и др. образовательные и библиотечные ресурсы):

1. Пожарницкая О.В. Электронный курс на платформе Moodle «Маркетинг и международная торговля в НГО» <http://stud.lms.tpu.ru/course/view.php?id=142>
2. Инкотермс. <http://www.zakonprost.ru/content/base/part/997067>
3. Международное энергетическое агентство официальный сайт <http://www.iea.org/russian/>
4. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru/online/>
5. Справочно-правовая система «Кодекс» - <http://ezproxy.ha.tpu.ru:2339/docs/>
6. Научно-электронная библиотека eLIBRARY.RU -

[https://www.elibrary.ru/query\\_results.asp](https://www.elibrary.ru/query_results.asp)

7. Электронно-библиотечная система «Лань» - <https://e.lanbook.com/> (ЭБС ЛАНЬ Договор на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям № 21682 от 25.10.2018, «Экономика и менеджмент – Издательство «Дашков и К»)

8. Электронно-библиотечная система «Юрайт» - <https://urait.ru/> (ЭБС Юрайт Договор № 21757 от 29.10.2018)

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы доступны по ссылке: <https://www.lib.tpu.ru/html/irs-and-pdb>

Лицензионное программное обеспечение (в соответствии с **Перечнем лицензионного программного обеспечения ТПУ**):

1. Microsoft Office 2007 Standard Russian Academic; Microsoft Office 2016 Standard Russian Academic;
2. Document Foundation LibreOffice;
3. Cisco Webex Meetings;
4. Zoom Zoom.

## 7. Особые требования к материально-техническому обеспечению дисциплины

В учебном процессе используется следующее лабораторное оборудование для практических и лабораторных занятий:

№	Наименование специальных помещений	Наименование оборудования
1.	Аудитория для проведения учебных занятий всех типов, курсового проектирования, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (компьютерный класс) 634034, Томская область, г. Томск, Белинского улица, 53а, 257	Доска аудиторная настенная - 1 шт.; Комплект учебной мебели на 26 посадочных мест; Компьютер - 27 шт.; Проектор - 1 шт.
2.	Аудитория для проведения учебных занятий всех типов, курсового проектирования, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 634034 г. Томская область, Томск, ул. Белинского, д.53-А, НТБ, учебная аудитория 361	Доска аудиторная настенная - 1 шт.; комплект учебной мебели на 26 посадочных мест; компьютер - 1 шт.; телевизор - 1 шт.

Рабочая программа составлена на основе Общей характеристики образовательной программы по направлению 38.04.02 Менеджмент, специализация «Экономика и управление на предприятии нефтегазовой отрасли» (приема 2020 г., очно-заочная форма обучения).

Разработчик(и):

Должность	Подпись	ФИО
Доцент		О.В. Пожарницкая
Доцент		Э.В. Плучевская

Программа одобрена на заседании Ученого совета ШИП (протокол от 29.06.2020 г. №3).

Директор ШИП  
к.т.н.

  
/А. А. Осадченко/  
подпись