

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2019г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очно-заочная

Маркетинг и международная торговля в нефтегазовой отрасли

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	3	семестр	5
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	6		
Виды учебной деятельности	Временной ресурс		
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции	3	
	Практические занятия	9	
	Лабораторные занятия	0	
	ВСЕГО	12	
Самостоятельная работа, ч		204	
в т.ч. отдельные виды самостоятельной работы с выделенной промежуточной аттестацией (курсовой проект, курсовая работа)		курсовая работа	
ИТОГО, ч		216	

Вид промежуточной аттестации	Экзамен, диф. зачет	Обеспечивающее подразделение	ШИП
------------------------------	---------------------	------------------------------	-----

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.B1	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.B2	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. Планируемые результаты обучения по дисциплины (модулю)

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	

3. 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	1
		Практические занятия	3
		Лабораторные занятия	-
		Самостоятельная работа	60
Раздел 2. Нефтегазовые рынки: состояние и перспективы.	РД-2, РД3	Лекции	1
		Практические занятия	3
		Лабораторные занятия	-
		Самостоятельная работа	64
Раздел 3. Международная торговля на рынке энергоносителей.	РД-2, РД3	Лекции	1
		Практические занятия	3
		Лабораторные занятия	-
		Самостоятельная работа	80

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.1. 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.

4.2. 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
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.