

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины
Управление маркетинговой деятельностью предприятия нефтегазового комплекса
(год начала реализации 2018)

основной профессиональной образовательной программы по направлению
подготовки 21.04.01 «Нефтегазовое дело»,
программа: «Управление персоналом предприятий нефтегазового комплекса»
программа академической магистратуры

1. Цель изучения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Управление маркетинговой деятельностью предприятия нефтегазового комплекса» являются развитие у обучающихся системы базовых знаний в области маркетинговой деятельности и подготовки к их использованию при изучении рынков предприятий нефтегазового комплекса

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Дисциплина «Управление маркетинговой деятельностью предприятия нефтегазового комплекса» относится к дисциплинам по выбору вариативной части дисциплин учебного плана. Изучается в 1 семестре при очной и заочной формах обучения. Знания по дисциплине необходимы обучающимся по данному направлению, для успешной реализации научно-исследовательской деятельности и выполнения магистерской диссертации (ВКР).

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: ПК-13

4. Требования к результатам освоения учебной дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Знать:

- концепцию маркетинга, цели, задачи, функций маркетинга в нефтегазовой сфере, его роль при создании предприятия и в процессе управления организацией;
- процесс разработки нового товара;
- современные технологии управления жизненным циклом товара.

Уметь:

- применять методы анализа, оценки и прогнозирования рыночной конъюнктуры и маркетинговой среды предприятия;
- разрабатывать концепции нового товара, управлять ассортиментом инновационных товаров и услуг организации; выбирать и реализовывать стратегии ценообразования на инновационном рынке;
- осуществлять выбор каналов распределения и формировать комплекс маркетинговых коммуникаций и продвижения новых товаров.

Владеть:

- навыками применения инструментария маркетинга в нефтегазовой сфере для выработки управленческих решений;
- методами и технологиями проведения маркетинговых исследований; методами и средствами разработки системы маркетинга в инновационной сфере деятельности предприятия;
- основными методами формирования коммуникационной политики и продвижения новых товаров.

5. Общая трудоемкость дисциплины:

Составляет 180/180 часов, из них аудиторные занятия – 32/22 часов, самостоятельная работа – 148/158 часов

6. Вид промежуточной аттестации:

Экзамен 1/1 семестр

7. Рабочую программу разработал: Малютина Т.В., канд. экон. наук, доцент

Заведующий кафедрой МТЭК _____



В.В. Пленкина