

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»

**Кафедра « Коммерция и инжиниринг бизнес-процессов»**

**АННОТАЦИЯ**

по дисциплине

**«Б. 1.3.10.1 Инновации в ТЭК»**

направления подготовки

**«Торговое дело»**

Профиль **«Коммерция» б1**

*(для дисциплин, реализуемых в рамках профиля)*

форма обучения – заочная  
курс –4  
семестр –7  
зачетных единиц – 4  
часов в неделю –  
всего часов – 144  
в том числе:  
лекции – 28  
коллоквиумы – 8  
практические занятия – 36  
лабораторные занятия – нет  
самостоятельная работа – 72  
экзамен – 7 семестр

## 1. Цели и задачи дисциплины

Цель преподавания дисциплины: подготовка и обеспечение уровня теоретических знаний и практических навыков, необходимых для изучения и анализа ТЭК и инноваций в данном комплексе; изучить тенденции и инновации в сфере мирового энергопотребления и энергопроизводства; развитие практических навыков оценки инновационных проектов при анализе деятельности предприятий и компаний топливно-энергетического комплекса.

Задачи изучения дисциплины:

- обеспечение уровня теоретических знаний, практических навыков и умений, необходимых для решения исследовательских и реальных производственных задач в области инноваций в сфере производства и потребления энергоресурсов;
- освоение методов оценки инновационных проектов в ТЭК;
- ознакомление со стратегией энергетической геополитики как ключевой фактор развития ТЭК России.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к **вариативной** части профессионального цикла. Дисциплина непосредственно связана с дисциплинами гуманитарного, социального и экономического цикла (экономическая теория, мировая экономика), профессионального цикла базовая часть (экономика организации, маркетинг, менеджмент) и опирается на освоенные при изучении данных дисциплин знания и умения.

## 3. Требования к результатам освоения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-11);

### 3.11 Паспорт компетенции:

ПК-11	способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
-------	--

Карта компетенции ПК-11: способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)

№	Наименование дисциплины и код по базовому учебному плану	Части компонентов	Технологии формирования	Средства и технологии оценки
1	<u>Б.1.3.10.1 «Инновации в ТЭК»</u>	Знает: цели, объекты, субъекты, принципы, средства, сферу применения; - правовое регулирование рекламной деятельности; - процесс продвижения; - виды и формы продвижения инновационных товаров и услуг на рынке ТЭК;	Лекции Самостоятельная работа Семинары Семинары в диалоговом режиме, в виде групповых дискуссий	Тестирование
		Умеет: - составлять рекламные сообщения; - выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности - оценивать эффективность программ продвижения; - формировать систему стимулирования сбыта инновационных товаров и услуг на рынке ТЭК.	Практические работы с использованием активных и интерактивных приемов обучения. Самостоятельная работа	Тестирование рефераты
		Владеет: - современными способами эффективной организации программ продвижения инновационных товаров и услуг на рынке ТЭК.	Лекции Семинарские занятия с использованием активных и интерактивных приемов обучения. Самостоятельная работа	Экзамен

Уровни освоения компетенции ПК-11

Наименование компетенции

Индекс ПК-11	Формулировка
	способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)

Б.1.3.10.1 «Инновации в ТЭК»

Ступени уровней	Показатели и критерии оценивания
-----------------	----------------------------------

освоения компетенции	
Пороговый (удовлетворительно)	<p>Знает удовлетворительно: цели, объекты, субъекты, принципы, средства, сферу применения; - правовое регулирование рекламной деятельности; - процесс продвижения инновационных товаров и услуг на рынке ТЭК; - виды и формы продвижения инновационных товаров и услуг на рынке ТЭК;</p>
	<p>Умеет удовлетворительно: - составлять рекламные сообщения; - выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности; - организовывать PR – и рекламные акции; - оценивать эффективность программ продвижения инновационных товаров и услуг на рынке ТЭК; - формировать систему стимулирования сбыта инновационных товаров и услуг на рынке ТЭК.</p>
	<p>Владеет удовлетворительно - умениями и навыками организации рекламной кампании и оценки эффективной рекламы; - методами исследования и анализа рекламных рынков; - методами исследования и анализа целевых групп потенциальных потребителей; - навыками работы с рекламными агентствами; - навыками работы с менеджерами рекламных массмедиа; - техниками активных продаж инновационных товаров и услуг на рынке ТЭК; - современными способами эффективной организации программ продвижения товаров и услуг на рынке инновационных товаров и услуг на рынке ТЭК.</p>
Продвинутый (хорошо)	<p>Знает с незначительными пробелами: цели, объекты, субъекты, принципы, средства, сферу применения; - правовое регулирование рекламной деятельности; - процесс продвижения инновационных товаров и услуг на рынке ТЭК; - виды и формы продвижения инновационных товаров и услуг на рынке ТЭК;</p>
	<p>Умеет достаточно хорошо - составлять рекламные сообщения; - выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности; - организовывать PR – и рекламные акции; - оценивать эффективность программ продвижения инновационных товаров и услуг на рынке ТЭК; - формировать систему стимулирования сбыта инновационных товаров и услуг на рынке ТЭК.</p>
	<p>Владеет с незначительным числом пробелов - умениями и навыками организации рекламной кампании и оценки эффективной рекламы; - методами исследования и анализа рекламных рынков; - методами исследования и анализа целевых групп потенциальных потребителей; - навыками работы с рекламными агентствами; - навыками работы с менеджерами рекламных массмедиа; - техниками активных продаж инновационных товаров и услуг на рынке ТЭК; - современными способами эффективной организации программ продвижения инновационных товаров и услуг на рынке ТЭК.</p>
Высокий	Знает отлично:

(отлично)	<p>цели, объекты, субъекты, принципы, средства, сферу применения; - правовое регулирование рекламной деятельности; - процесс продвижения инновационных товаров и услуг на рынке ТЭК; - виды и формы продвижения инновационных товаров и услуг на рынке ТЭК;</p>
	<p>Умеет отлично</p> <p>- составлять рекламные сообщения; - выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности; - организовывать PR – и рекламные акции; - оценивать эффективность программ продвижения инновационных товаров и услуг на рынке ТЭК; - формировать систему стимулирования сбыта инновационных товаров и услуг на рынке ТЭК.</p>
	<p>Владеет в совершенстве</p> <p>- умениями и навыками организации рекламной кампании и оценки эффективной рекламы; - методами исследования и анализа рекламных рынков; - методами исследования и анализа целевых групп потенциальных потребителей; - навыками работы с рекламными агентствами; - навыками работы с менеджерами рекламных массмедиа; - техниками активных продаж инновационных товаров и услуг на рынке ТЭК; - современными способами эффективной организации программ продвижения инновационных товаров и услуг на рынке ТЭК.</p>