

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»

Направление подготовки/специальность: 13.04.02 Электроэнергетика и электротехника

Наименование образовательной программы: Управление проектами электроэнергетических комплексов

Уровень образования: высшее образование - магистратура

Форма обучения: Заочная

Рабочая программа дисциплины
ИНВЕСТИЦИОННАЯ И МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Блок:	Блок 1 «Дисциплины (модули)»
Часть образовательной программы:	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
№ дисциплины по учебному плану:	Б1.Ч.03.01.02
Трудоемкость в зачетных единицах:	4 семестр - 4;
Часов (всего) по учебному плану:	144 часа
Лекции	4 семестр - 8 часов;
Практические занятия	4 семестр - 8 часов;
Лабораторные работы	не предусмотрено учебным планом
Консультации	4 семестр - 2 часа;
Самостоятельная работа	4 семестр - 124,5 часа;
в том числе на КП/КР	не предусмотрено учебным планом
Иная контактная работа	4 семестр - 1,2 часа;
включая: Тестирование Контрольная работа	
Промежуточная аттестация:	
Экзамен	4 семестр - 0,3 часа;

Москва 2020

ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:

Преподаватель

(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Аграпонова Н.Л.
	Идентификатор	R5cb2904d-DemchenkoNL-737fe09

(подпись)

Н.Л. Аграпонова

(расшифровка подписи)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

(должность, ученая степень, ученое
звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Аграпонова Н.Л.
	Идентификатор	R5cb2904d-DemchenkoNL-737fe09

(подпись)

Н.Л.

Аграпонова

(расшифровка подписи)

Заведующий выпускающей
кафедры

(должность, ученая степень, ученое
звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Темников А.Г.
	Идентификатор	Ra0abb123-TemnikovAG-2d4db00

(подпись)

А.Г. Темников

(расшифровка подписи)

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: формирование у слушателей представлений об инвестиционном анализе и практических навыков проведения технико-экономического обоснования инвестиционных проектов и овладение принципами и методами маркетингового управления предприятием

Задачи дисциплины

- изучение современной управленческой концепции, основных теоретических и методологических положений управления маркетингом предприятия;
- овладеть теоретическими знаниями в области инвестиционного анализа и финансирования проектов;
- ознакомление с процессами организации маркетинговой деятельности, построением организационных маркетинговых структур;
- развить навыки выполнения инвестиционного анализа и проведения технико-экономического обоснования инвестиционных проектов и определения источников их финансирования.

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по дисциплине, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИД-2 _{УК-1} Анализирует проблемную ситуацию и осуществляет ее декомпозицию на отдельные задачи	знать: - основные понятия инвестиционного менеджмента, концепцию управления проектами; - специфику технико-экономического обоснования инновационных решений; - методы изучения и прогнозирования спроса потребителей. уметь: - принимать решения по выбору эффективных инвестиционных проектов и инвестиционных программ.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к основной профессиональной образовательной программе Управление проектами электроэнергетических комплексов (далее – ОПОП), направления подготовки 13.04.02 Электроэнергетика и электротехника, уровень образования: высшее образование - магистратура.

Требования к входным знаниям и умениям:

- знать методы управления торгово-технологическими процессами на предприятии
- уметь анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации
- уметь работать с компьютером как со средством управления информацией

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

№ п/п	Разделы/темы дисциплины/формы промежуточной аттестации	Всего часов на раздел	Семестр	Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы										Содержание самостоятельной работы/ методические указания	
				Контактная работа							СР				
				Лек	Лаб	Пр	Консультация		ИКР		ПА	Работа в семестре	Подготовка к аттестации /контроль		
КПР	ГК	ИККП	ТК												
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	Проект как объект финансово-экономической оценки	30.0	4	2.2	-	2.0	-	0.5	-	0.3	-	25	-	<p><u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Проект как объект финансово-экономической оценки"</p> <p><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Проект как объект финансово-экономической оценки"</p>	
1.1	Концепция управления маркетингом	11.9		1	-	0.5	-	0.3	-	0.1	-	10	-		
1.2	Подходы к выбору стратегии предприятия	6.8		0.6	-	1	-	0.1	-	0.1	-	5	-		
1.3	Теоретические основы оценки экономической эффективности инвестиций	11.3		0.6	-	0.5	-	0.1	-	0.1	-	10	-		
2	Маркетинг как интегрирующая функция при принятии управленческих решений	23.2		1.4	-	2.0	-	0.5	-	0.3	-	19	-		<p><u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Маркетинг как интегрирующая функция при принятии управленческих решений"</p> <p><u>Подготовка к практическим занятиям:</u> Изучение материала по разделу "Маркетинг как интегрирующая функция при принятии управленческих решений" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях</p> <p><u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], стр. 34-41, стр. 99</p>
2.1	Портфельные стратегии	6.3		0.4	-	0.5	-	0.3	-	0.1	-	5	-		
2.2	Стратегии роста	10.8		0.6	-	1	-	0.1	-	0.1	-	9	-		
2.3	Конкурентные стратегии	6.1	0.4	-	0.5	-	0.1	-	0.1	-	5	-			

													[2], стр. 132-139, стр. 234-239
3	Финансирование инвестиционных проектов	19.8	2.0	-	2.0	-	0.5	-	0.3	-	15	-	<u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Финансирование инвестиционных проектов"
3.1	Концептуальная схема оценки эффективности	6.3	0.6	-	0.5	-	0.1	-	0.1	-	5	-	<u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Финансирование инвестиционных проектов"
3.2	Бюджет инвестиционного проекта	7.0	0.6	-	1	-	0.3	-	0.1	-	5	-	<u>Изучение материалов литературных источников:</u>
3.3	Содержание прогнозных цен	6.5	0.8	-	0.5	-	0.1	-	0.1	-	5	-	[2], стр. 334-338, стр. 402
4	Управление маркетингом на функциональном и инструментальном уровне	35.00	2.4	-	2.0	-	0.5	-	0.30	-	29.8	-	<u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Управление маркетингом на функциональном и инструментальном уровне"
4.1	Разработка стратегии целевого рынка	10.1	0.6	-	0.5	-	0.1	-	0.1	-	8.8	-	<u>Подготовка домашнего задания:</u> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Управление маркетингом на функциональном и инструментальном уровне" материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам.
4.2	Управление комплексом маркетинга: товар и цена	8.25	0.6	-	0.5	-	0.1	-	0.05	-	7	-	<u>Изучение материалов литературных источников:</u>
4.3	Стратегическое планирование маркетинга	10.35	0.6	-	0.5	-	0.2	-	0.05	-	9	-	[1], стр. 110-112
4.4	Оперативное планирование маркетинга	6.3	0.6	-	0.5	-	0.1	-	0.1	-	5	-	[3], стр. 246-249
	Экзамен	36.0	-	-	-	-	-	-	0.3	-	-	35.7	
	Всего за семестр	144.00	8.0	-	8.0	-	2.0	-	1.20	0.3	88.8	35.7	
	Итого за семестр	144.00	8.0	-	8.0	2.0		1.20	0.3		124.5		

Примечание: Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПр – аудиторные консультации по курсовым проектам/работам; ИККП – индивидуальные консультации по курсовым проектам/работам; ГК- групповые консультации по разделам дисциплины; СР – самостоятельная работа студента; ИКР – иная контактная работа; ТК – текущий контроль; ПА – промежуточная аттестация

3.2 Краткое содержание разделов

1. Проект как объект финансово-экономической оценки

1.1. Концепция управления маркетингом

Сущность и механизм управления маркетингом. Стратегические и оперативные маркетинговые решения. Управление функциями маркетинга.

1.2. Подходы к выбору стратегии предприятия

Лидерство в минимизации издержек производства. Стратегии сокращения хозяйственной деятельности.

1.3. Теоретические основы оценки экономической эффективности инвестиций

Общие вопросы методики определения экономической эффективности проекта.

2. Маркетинг как интегрирующая функция при принятии управленческих решений

2.1. Портфельные стратегии

Понятие стратегического хозяйственного портфеля. Влияние размера предприятия на условия выживания и укрепление конкурентных позиций.

2.2. Стратегии роста

Поглощение и слияние как инструмент развития СХП. Вертикальные и горизонтальные интегративные стратегии.

2.3. Конкурентные стратегии

Показатели конкурентоспособности предприятия. Особенности использования модели. Конкурентное преимущество предприятия как основа для разработки стратегий.

3. Финансирование инвестиционных проектов

3.1. Концептуальная схема оценки эффективности

Содержание подготовки информации для оценки эффективности проекта: исходной и интегрированной.

3.2. Бюджет инвестиционного проекта

Оценка эффективности участия в проекте предприятий и акционеров.

3.3. Содержание прогнозных цен

Сущность и измерители инфляции.

4. Управление маркетингом на функциональном и инструментальном уровне

4.1. Разработка стратегии целевого рынка

Изучение потребителей. Стратегии охвата целевого рынка.

4.2. Управление комплексом маркетинга: товар и цена

Управление инновационными процессами на предприятии. Ценовая политика в маркетинге.

4.3. Стратегическое планирование маркетинга

Цели предприятия и цели маркетинга.

4.4. Оперативное планирование маркетинга

Разработка оперативных целей маркетинга и оперативного план. Виды контроля и аудита в маркетинге.

3.3. Темы практических занятий

1. Модель отраслевого анализа;
2. Компьютерные программы по оценке экономической эффективности, финансовой надежности и риска инвестиционных проектов;
3. Стратегии вертикальной и горизонтальной интеграции;
4. Управление комплексом маркетинга.

3.4. Темы лабораторных работ

не предусмотрено

3.5 Консультации

Групповые консультации по разделам дисциплины (ГК)

1. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Проект как объект финансово-экономической оценки"
2. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Маркетинг как интегрирующая функция при принятии управленческих решений"
3. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Финансирование инвестиционных проектов"
4. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Управление маркетингом на функциональном и инструментальном уровне"

3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ

Курсовой проект/ работа не предусмотрены

3.7. Соответствие разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

Запланированные результаты обучения по дисциплине (в соответствии с разделом 1)	Коды индикаторов	Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.3.1)				Оценочное средство (тип и наименование)
		1	2	3	4	
Знать:						
методы изучения и прогнозирования спроса потребителей	ИД-2УК-1	+				Тестирование/Проект
специфику технико-экономического обоснования инновационных решений	ИД-2УК-1			+		Тестирование/Финансирование
основные понятия инвестиционного менеджмента, концепцию управления проектами	ИД-2УК-1		+			Тестирование/Маркетинг
Уметь:						
принимать решения по выбору эффективных инвестиционных проектов и инвестиционных программ	ИД-2УК-1				+	Контрольная работа/Управление маркетингом

4. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ)

4.1. Текущий контроль успеваемости

4 семестр

Форма реализации: Компьютерное задание

1. Маркетинг (Тестирование)
2. Проект (Тестирование)
3. Финансирование (Тестирование)

Форма реализации: Письменная работа

1. Управление маркетингом (Контрольная работа)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине

Экзамен (Семестр №4)

Оценка определяется по совокупности результатов текущего контроля успеваемости в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ»

Примечание: Оценочные материалы по дисциплине приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Печатные и электронные издания:

1. А. А. Максименко, Е. Г. Пичугина- "Маркетинговые исследования в сфере розничной торговли", Издательство: "Костромской государственной университет (КГУ)", Кострома, 2013 - (140 с.)
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275641>;
2. Акулич, И. Л. Маркетинг : учебник для экономических специальностей вузов / И. Л. Акулич . – 3-е изд . – Мн. : Вышэйшая школа, 2004 . – 463 с. - ISBN 985-06-0944-3 .;
3. Анализ инвестиционной привлекательности организации / Д. А. Ендовицкий, [и др.] ; Ред. Д. А. Ендовицкий . – М. : КноРус, 2010 . – 376 с. - ISBN 978-5-406-00358-9 ..

5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

1. СДО "Прометей";
2. Office;
3. Windows;
4. Майнд Видеоконференции.

5.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>
2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" - http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
3. Научная электронная библиотека - <https://elibrary.ru/>
4. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>

5. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru>
6. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ - <https://rosmintrud.ru/opendata>
7. База открытых данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ - <http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/>
8. База открытых данных Министерства экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru>
9. База открытых данных Росфинмониторинга - <http://www.fedsfm.ru/opendata>
10. Электронная открытая база данных "Polpred.com Обзор СМИ" - <https://www.polpred.com>

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тип помещения	Номер аудитории, наименование	Оснащение
Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля	Ж-417/6, Белая мультимедийная студия	стол компьютерный, доска интерактивная, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, компьютер персональный
	Ж-417/7, Световая черная студия	стул, компьютерная сеть с выходом в Интернет, микрофон, мультимедийный проектор, экран, оборудование специализированное, компьютер персональный
Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	Ж-417/1, Компьютерный класс ИДДО	стол преподавателя, стол компьютерный, шкаф для документов, шкаф для одежды, стол письменный, компьютерная сеть с выходом в Интернет, доска маркерная передвижная, компьютер персональный, принтер, кондиционер, стенд информационный
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	Ж-417/1, Компьютерный класс ИДДО	стол преподавателя, стол компьютерный, шкаф для документов, шкаф для одежды, стол письменный, компьютерная сеть с выходом в Интернет, доска маркерная передвижная, компьютер персональный, принтер, кондиционер, стенд информационный
Помещения для самостоятельной работы	НТБ-303, Компьютерный читальный зал	стол компьютерный, стул, стол письменный, вешалка для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, кондиционер
Помещения для консультирования	Ж-2006, Конференц-зал ИДДО	стол, стул, компьютер персональный, кондиционер
Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря	Ж-417 /2а, Помещение для инвентаря	стеллаж для хранения инвентаря, экран, указка, архивные документы, дипломные и курсовые работы студентов, канцелярский принадлежности, спортивный инвентарь, хозяйственный инвентарь, запасные комплектующие для оборудования

БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ**Инвестиционная и маркетинговая деятельность**

(название дисциплины)

4 семестр**Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:**

КМ-1 Проект (Тестирование)

КМ-2 Маркетинг (Тестирование)

КМ-3 Финансирование (Тестирование)

КМ-4 Управление маркетингом (Контрольная работа)

Вид промежуточной аттестации – Экзамен.

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
		Неделя КМ:	3	6	8	11
1	Проект как объект финансово-экономической оценки					
1.1	Концепция управления маркетингом		+			
1.2	Подходы к выбору стратегии предприятия		+			
1.3	Теоретические основы оценки экономической эффективности инвестиций		+			
2	Маркетинг как интегрирующая функция при принятии управленческих решений					
2.1	Портфельные стратегии			+		
2.2	Стратегии роста			+		
2.3	Конкурентные стратегии			+		
3	Финансирование инвестиционных проектов					
3.1	Концептуальная схема оценки эффективности				+	
3.2	Бюджет инвестиционного проекта				+	
3.3	Содержание прогнозных цен				+	
4	Управление маркетингом на функциональном и инструментальном уровне					
4.1	Разработка стратегии целевого рынка					+
4.2	Управление комплексом маркетинга: товар и цена					+

4.3	Стратегическое планирование маркетинга				+
4.4	Оперативное планирование маркетинга				+
Вес КМ, %:		25	25	25	25