

**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 в электроэнергетике

Уровень образования: высшее образование - магистратура

Форма обучения: Очная

**Рабочая программа дисциплины**  
**ИНВЕСТИЦИОННАЯ И МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В**  
**ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКЕ**

<b>Блок:</b>	Блок 1 «Дисциплины (модули)»
<b>Часть образовательной программы:</b>	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
<b>№ дисциплины по учебному плану:</b>	Б1.Ч.08.01.01
<b>Трудоемкость в зачетных единицах:</b>	1 семестр - 3; 2 семестр - 3; всего - 6
<b>Часов (всего) по учебному плану:</b>	216 часов
<b>Лекции</b>	1 семестр - 16 часов; 2 семестр - 16 часов; всего - 32 часа
<b>Практические занятия</b>	1 семестр - 16 часов; 2 семестр - 32 часа; всего - 48 часа
<b>Лабораторные работы</b>	не предусмотрено учебным планом
<b>Консультации</b>	2 семестр - 2 часа;
<b>Самостоятельная работа</b>	1 семестр - 75,7 часа; 2 семестр - 57,5 часа; всего - 133,2 часа
<b>в том числе на КП/КР</b>	не предусмотрено учебным планом
<b>Иная контактная работа</b>	проводится в рамках часов аудиторных занятий
<b>включая:</b> Контрольная работа Тестирование Решение задач	
<b>Промежуточная аттестация:</b>	
Зачет с оценкой Экзамен	1 семестр - 0,3 часа; 2 семестр - 0,5 часа; всего - 0,8 часа

**Москва 2020**

**ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:**

**Преподаватель**

(должность)

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

(подпись)

**Н.Л. Аграпонова**

(расшифровка подписи)

**СОГЛАСОВАНО:**

**Руководитель  
образовательной  
программы**

(должность, ученая степень, ученое  
звание)

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

(подпись)

**Н.Л.**

**Аграпонова**

(расшифровка подписи)

**Заведующий выпускающей  
кафедры**

(должность, ученая степень, ученое  
звание)

	<b>Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»</b>	
	<b>Сведения о владельце ЦЭП МЭИ</b>	
	Владелец	Хренов С.И.
	Идентификатор	Rd055d891-KhrenovSI-e14cb00c

(подпись)

**С.И. Хренов**

(расшифровка подписи)

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель освоения дисциплины:** формирование знаний по проблематике маркетингового планирования и управления инвестиционными решениями в электроэнергетике

### Задачи дисциплины

- изучение современной методологии маркетинговых исследований;
- приобретение навыков составления инвестиционного плана проекта;
- овладение основами проведения анализа рынка электроэнергетики.

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
ПК-1 Способен осуществлять организационно-управленческое сопровождение проектирования и эксплуатации объектов электроэнергетики	ИД-4 <sub>ПК-1</sub> Демонстрирует знания в области управления проектами, разработки комплексной финансовой модели и управления персоналом на объектах электроэнергетики	знать: - основные методы оценки инвестиционной привлекательности проекта; - основные концепции маркетинга; - основные источники информации о маркетинговой деятельности организации.  уметь: - применять основные методы маркетингового анализа и оценки рынков электроэнергетики; - самостоятельно проводить сбор информации и аналитическую обработку результатов проведения маркетинговых исследований; - разрабатывать оптимальный сценарий инвестиционных решений с учетом плановой доходности проекта.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

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

Базируется на уровне среднего общего образования.

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 6 зачетных единиц, 216 часов.

№ 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	Общие положения маркетинговой деятельности. Основы организации маркетинговой деятельности	12	1	2	-	2	-	-	-	-	-	8	-	<p><b><u>Подготовка к контрольной работе:</u></b> подготовка к контрольной работе "Общие положения маркетинговой деятельности" <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [1], 41-130, 226-229, 291-295 [4], 5-11</p>	
1.1	Общие положения маркетинговой деятельности. Основы организации маркетинговой деятельности	12		2	-	2	-	-	-	-	-	-	8		-
2	Современные маркетинговые концепции управления предприятием	30		4	-	6	-	-	-	-	-	-	20	-	<p><b><u>Подготовка к контрольной работе:</u></b> Подготовка к контрольной работе "Общие положения маркетинговой деятельности" <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [1], 72-161, 318-339</p>
2.1	Современные маркетинговые концепции управления предприятием	30		4	-	6	-	-	-	-	-	-	20	-	
3	Маркетинговая среда организации. Источники и сбор информации	21		4	-	3	-	-	-	-	-	-	14	-	<p><b><u>Подготовка к контрольной работе:</u></b> подготовка к контрольной работе "Маркетинговые исследования" <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [1], 125-161, 291-215, 433-458</p>
3.1	Маркетинговая среда организации.	21		4	-	3	-	-	-	-	-	-	14	-	

	Источники и сбор информации												[4], 12-22	
4	Организация маркетинговой деятельности в электроэнергетике	14		4	-	2	-	-	-	-	-	8	-	<b><u>Подготовка к контрольной работе:</u></b> подготовка к контрольной работе "Сегментация рынка"
4.1	Организация маркетинговой деятельности в электроэнергетике	14		4	-	2	-	-	-	-	-	8	-	<b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [2], 18,280-291, 326-332
5	Комплекс маркетинга на предприятиях электроэнергетики	13		2	-	3	-	-	-	-	-	8	-	<b><u>Подготовка к контрольной работе:</u></b> подготовка к контрольной работе "Комплексная оценка знаний по итогам семестра "
5.1	Комплекс маркетинга на предприятиях электроэнергетики	13		2	-	3	-	-	-	-	-	8	-	<b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [1], 318-353, 358-386, 433-485, 518-547
	Зачет с оценкой	18.0		-	-	-	-	-	-	-	0.3	-	17.7	
	<b>Всего за семестр</b>	<b>108.0</b>		<b>16</b>	<b>-</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0.3</b>	<b>58</b>	<b>17.7</b>	
	<b>Итого за семестр</b>	<b>108.0</b>		<b>16</b>	<b>-</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0.3</b>	<b>75.7</b>		
6	Введение в управление инвестициями в электроэнергетике	8	2	2	-	4	-	-	-	-	-	2	-	<b><u>Подготовка расчетных заданий:</u></b> Выполнение и защита расчетного задания: «Оценка инвестиционной привлекательности проекта»
6.1	Введение в управление инвестициями в электроэнергетике	8		2	-	4	-	-	-	-	-	2	-	<b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [3], стр. 19-41, 74-82
7	Стоимость денег во времени	8		2	-	4	-	-	-	-	-	2	-	<b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Стоимость денег во времени"
7.1	Стоимость денег во времени	8		2	-	4	-	-	-	-	-	2	-	<b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b> Повторение материала по разделу "Стоимость денег во времени"
														<b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [5], 146-201, 328-356
8	Типы рынков,	10		2	-	4	-	-	-	-	-	4	-	<b><u>Самостоятельное изучение</u></b>



													<u>источников:</u> [5], стр.607-628	
12	Оценка инвестиций	16		4	-	8	-	-	-	-	-	4	-	<u>Подготовка к текущему контролю:</u>
12.1	Оценка инвестиций	16		4	-	8	-	-	-	-	-	4	-	Повторение материала по разделу "Оценка инвестиций"
														<u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Оценка инвестиций"
														<u>Изучение материалов литературных источников:</u> [3], стр. 176-207
	Экзамен	36.0		-	-	-	-	2	-	-	0.5	-	33.5	
	Всего за семестр	108.0		16	-	32	-	2	-	-	0.5	24	33.5	
	Итого за семестр	108.0		16	-	32	2	-	-	0.5	-	57.5		
	<b>ИТОГО</b>	<b>216.0</b>	-	<b>32</b>	-	<b>48</b>	<b>2</b>	-	-	<b>0.8</b>	-	<b>133.2</b>		

**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. Общие положения маркетинговой деятельности. Основы организации маркетинговой деятельности

1.1. Общие положения маркетинговой деятельности. Основы организации маркетинговой деятельности

Общие положения. Область применения. Основные маркетинговые концепции управления предприятием. Цели маркетинговой деятельности. Основные принципы осуществления маркетинговой деятельности. Понятия: нужда, потребность, товар, услуга, обмен, сделка, поставщик, потребитель, рынок, спрос. Маркетинг в условиях конкуренции. Факторы, способствующие созданию конкурентного рынка электроэнергии. Задачи и функции маркетинга. Маркетинг взаимоотношений и транзакционный маркетинг.

#### 2. Современные маркетинговые концепции управления предприятием

2.1. Современные маркетинговые концепции управления предприятием

Продукт: товар и услуга, цена и ценность. Цели организации. Потребитель в общем представлении. Трехуровневый анализ товара: сущность товара или услуги, фактический товар, добавленный товар. Уникальные достоинства товара. Факторы, влияющие на ценообразование. Жизненный цикл товара. Каналы распределения и товародвижения. Матрица Ансоффа - формальный метод построения стратегии. Матрица Бостонской консультационной группы и формирование инвестиционного портфеля.

#### 3. Маркетинговая среда организации. Источники и сбор информации

3.1. Маркетинговая среда организации. Источники и сбор информации

Маркетинговая среда организации. Маркетинговые исследования. Источники информации. Виды информации. Продвижение. Процесс коммуникации. Модель SWOT-анализа, отражающая положение компании на рынке.

#### 4. Организация маркетинговой деятельности в электроэнергетике

4.1. Организация маркетинговой деятельности в электроэнергетике

Товар и услуга в электроэнергетике. Потребитель в электроэнергетике. Факторы, влияющие на процесс ценообразования. Сегментация рынка..

#### 5. Комплекс маркетинга на предприятиях электроэнергетики

5.1. Комплекс маркетинга на предприятиях электроэнергетики

Стратегический маркетинг. Формирования маркетингового плана. Реализация маркетинговых стратегий на предприятиях. Типы маркетинговых планов: сетевой график, диаграмма Ганта, карта планирования. Процесс разработки плана маркетинга.

#### 6. Введение в управление инвестициями в электроэнергетике

6.1. Введение в управление инвестициями в электроэнергетике

Эффективность инвестиций и сопутствующие риски. Составные части дохода от инвестиций. Вознаграждение за время - принцип неравноценности денег во времени. Поправка на инфляцию. Премия за риск. Вознаграждение за время. Корректировка на инфляцию. Инвестиционный риск. Уклонение от/предотвращение риска. Расчет рисков.

Факторы риска. Срок погашения. Ликвидность. Изменчивость дохода. Дефолт или кредитный риск. Риск неблагоприятного события. Риск изменения процентных ставок.

## 7. Стоимость денег во времени

### 7.1. Стоимость денег во времени

Стоимость денег во времени. Будущая стоимость. Текущая, дисконтированная, приведенная стоимость проекта. Чистая приведенная стоимость проекта, понятие, порядок расчета. Чистая приведенная стоимость проекта на практике..

## 8. Типы рынков, инвестиционный климат и теория агентских отношений

### 8.1. Типы рынков, инвестиционный климат и теория агентских отношений

Гипотезы эффективного рынка. Значение гипотезы эффективного рынка для прогнозирования цен финансовых инструментов. Основные положения гипотезы эффективного рынка. Анализ общих предпосылок гипотезы эффективного рынка. Теория поведенческих финансов. Заинтересованные стороны и агентская теория.

## 9. Доходность ценных бумаг

### 9.1. Доходность ценных бумаг

Ставка без учета риска. Премия за риск по акциям. DVM модель и использование мнения экспертов. Портфельная теория.

## 10. Стоимость акционерного капитала

### 10.1. Стоимость акционерного капитала

Модель оценки финансовых активов. Линия рынков капитала. Модель роста дивидендов (DVM). Оценка бета. Применение CAPM для компаний. Линия рынка актива.

## 11. Средневзвешенная стоимость капитала

### 11.1. Средневзвешенная стоимость капитала

Стоимость заемного капитала. Премия за кредитный риск. Оценка стоимости долга по отношению к целевым ориентирам безрисковой ставки. Оценка стоимости долга с использованием истории займов и платежей по ним. Структура капитала. Определения структуры капитала. Влияние структуры капитала на стоимость компании без учета налогов. Влияние структуры капитала на стоимость компании с налогами. Средневзвешенная стоимость капитала. Долг / собственный капитал на практике..

## 12. Оценка инвестиций

### 12.1. Оценка инвестиций

Методы оценки инвестиций. Методы оценки инвестиций. Планирование капитальных вложений. Чистая приведенная стоимость. Ставка дисконтирования и ее округление. Решения о замене оборудования. Внутренняя норма прибыли (IRR). Экономическая внутренняя норма доходности. Период окупаемости. Расчетная норма прибыли. Практические вопросы оценки инвестиций. Денежные потоки или бухгалтерские потоки. Периоды времени движения денег. Релевантные денежные потоки. Инфляция. Налогообложение. Оценка иностранных капиталовложений. Инвестиционные проекты как опционы. Ставка дисконтирования в проекте. Предельная ставка. Практические вопросы

оценки инвестиций. Ставка дисконтирования в проекте. Элементы проектного финансирования. Проектное финансирование. Нормирование капитала. Конкурирующие проекты. Сдача в аренду.

### **3.3. Темы практических занятий**

1. Концепции маркетинга на примере товаров народного потребления, промышленных товаров и товаров электроэнергетики;
2. Маркетинговый анализ товаров и услуг;
3. Матрица Ансоффа и матрица Бостонской консультативной группы;
4. Внешние и внутренние потребители. Построение отношений;
5. Сегментирование потребителей. Понятие «целевые сегменты» применительно к электроэнергетике;
6. Маркетинговые исследования;
7. Ценообразование;
8. Каналы распределения;
9. Формальный план действий. Построение диаграммы Ганта;
10. SWOT-анализ;
11. Особенности конкурентного окружения. Анализ ближнего окружения, STEEP – факторов;
12. Инфляция как процесс. Мера инфляции;
13. Инвестиционные риски. Метод среднеквадратического отклонения;
14. Чистая приведенная стоимость проекта;
15. Альтернативная доходность проекта. Агентская теория;
16. Доходность ценных бумаг. Премия за риск.;
17. Средневзвешенная стоимость капитала.

### **3.4. Темы лабораторных работ** не предусмотрено

### **3.5 Консультации**

#### Групповые консультации по разделам дисциплины (ГК)

1. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Стоимость денег во времени"
2. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Типы рынков, инвестиционный климат и теория агентских отношений"
3. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Доходность ценных бумаг"
4. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Стоимость акционерного капитала"
5. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Средневзвешенная стоимость капитала"
6. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Оценка инвестиций"

#### Текущий контроль (ТК)

1. Консультации перед КМ
2. Консультации перед КМ
3. Консультации перед КМ
4. Консультации перед КМ
5. Консультации перед КМ

### **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	5	6	7	8	9	10	11	12		
<b>Знать:</b>															
основные источники информации о маркетинговой деятельности организации	ИД-4ПК-1	+	+												Контрольная работа/Контрольная работа «Основные положения маркетинговой деятельности»
основные концепции маркетинга	ИД-4ПК-1					+									Тестирование/Тест «Комплексная оценка знаний по итогам семестра»
основные методы оценки инвестиционной привлекательности проекта	ИД-4ПК-1						+	+	+	+	+	+	+		Тестирование/Тестирование.
<b>Уметь:</b>															
разрабатывать оптимальный сценарий инвестиционных решений с учетом плановой доходности проекта	ИД-4ПК-1									+	+	+	+	+	Решение задач/Контрольная работа. Доходность ценных бумаг. Решение задач/Контрольная работа. Оценка инвестиций Решение задач/Контрольная работа. Средневзвешенная стоимость капитала. Контрольная работа/Контрольная работа. Стоимость денег во времени. Решение задач/Контрольная работа. Типы рынков. Инвестиционный климат Решение задач/Сравнительный анализ источников финансирования приобретения оборудования
самостоятельно проводить сбор	ИД-4ПК-1			+											Контрольная работа/Контрольная

информации и аналитическую обработку результатов проведения маркетинговых исследований																работа «Маркетинговые исследования»
применять основные методы маркетингового анализа и оценки рынков электроэнергетики	ИД-4ГК-1				+											Контрольная работа/Контрольная работа «Сегментация рынка»

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

##### **4.1. Текущий контроль успеваемости**

###### **1 семестр**

Форма реализации: Письменная работа

1. Контрольная работа «Маркетинговые исследования» (Контрольная работа)
2. Контрольная работа «Основные положения маркетинговой деятельности» (Контрольная работа)
3. Контрольная работа «Сегментация рынка» (Контрольная работа)
4. Тест «Комплексная оценка знаний по итогам семестра» (Тестирование)

###### **2 семестр**

Форма реализации: Письменная работа

1. Контрольная работа. Доходность ценных бумаг. (Решение задач)
2. Контрольная работа. Оценка инвестиций (Решение задач)
3. Контрольная работа. Средневзвешенная стоимость капитала. (Решение задач)
4. Контрольная работа. Стоимость денег во времени. (Контрольная работа)
5. Контрольная работа. Типы рынков. Инвестиционный климат (Решение задач)
6. Сравнительный анализ источников финансирования приобретения оборудования (Решение задач)
7. Тестирование. (Тестирование)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

##### **4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине**

Зачет с оценкой (Семестр №1)

оценка определяется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ» на основании семестровой и экзаменационной

Экзамен (Семестр №2)

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

#### **5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

##### **5.1 Печатные и электронные издания:**

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга : пер. с англ. / Ф. Котлер ; Ред. Е. М. Пенькова . – М. : Прогресс, 1992 . – 672 с. : 100.00 .;
2. Менеджмент и маркетинг в электроэнергетике : учебное пособие для вузов по направлению 140200 "Электроэнергетика" / А. Ф. Дьяков, В. В. Жуков, Б. К. Максимов, и др. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Изд-во МЭИ, 2005 . – 504 с. - ISBN 5-7046-1239-3 .;
3. Инвестиционное проектирование : учебник / Р. С. Голов, и др. – 3-е изд. – М. : Дашков и К, 2013 . – 368 с. - ISBN 978-5-394-02258-6 .;
4. С. В. Аливанова, В. В. Куренная, О. А. Чередниченко, Ю. В. Рыбасова- "Маркетинг. Основы маркетинга", Издательство: "Ставропольский государственный аграрный

университет (СтГАУ)", Ставрополь, 2015 - (100 с.)  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438721>;

5. А. Дамодаран- "Инвестиционная оценка: инструменты и методы оценки любых активов", (5-е изд.), Издательство: "Альпина Паблишер", Москва, 2016 - (1339 с.)  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279385>.

## **5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. СДО "Прометей";
2. Office;
3. Windows;
4. Майнд Видеоконференции;
5. Расписание учебных занятий;
6. Антиплагиат ВУЗ;
7. Acrobat Reader.

## **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](http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red)
3. Научная электронная библиотека - <https://elibrary.ru/>
4. База данных Web of Science - <http://webofscience.com/>
5. База данных Scopus - <http://www.scopus.com>
6. ЭБС "Консультант студента" - <http://www.studentlibrary.ru/>
7. Журнал Science - <https://www.sciencemag.org/>
8. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>
9. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru>
10. База открытых данных Министерства экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru>
11. Открытая университетская информационная система «РОССИЯ» - <https://uisrussia.msu.ru>

## **6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Тип помещения	Номер аудитории, наименование	Оснащение
Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
	Д-205, Учебная аудитория	парта со скамьей, стол преподавателя, стул, доска меловая
	Д-213, Учебная аудитория	парта со скамьей, стол преподавателя, стул, доска меловая
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
	Д-205, Учебная аудитория	парта со скамьей, стол преподавателя, стул, доска меловая
	Д-213, Учебная аудитория	парта со скамьей, стол преподавателя, стул, доска меловая

Помещения для самостоятельной работы	Д-13а, Помещение каф. "ТЭВН"	стеллаж, стол, стул, шкаф для одежды, колонки звуковые, компьютер персональный, принтер
	Д-4, Компьютерный класс каф. "ТЭВН"	стол компьютерный, мультимедийный проектор, экран, доска маркерная передвижная, компьютер персональный, принтер
Помещения для консультирования	Д-16, Лаборатория каф. "ТЭВН"	стеллаж, стол, стул, шкаф для одежды, оборудование для экспериментов
Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря	Д-12, Кладовая	стеллаж, стол, стул
	Д-10, Помещение каф. "ТЭВН"	стул, шкаф, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер

## БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

### Инвестиционная и маркетинговая деятельность в электроэнергетике

(название дисциплины)

#### 1 семестр

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

- КМ-1 Контрольная работа «Основные положения маркетинговой деятельности» (Контрольная работа)  
 КМ-2 Контрольная работа «Маркетинговые исследования» (Контрольная работа)  
 КМ-3 Контрольная работа «Сегментация рынка» (Контрольная работа)  
 КМ-4 Тест «Комплексная оценка знаний по итогам семестра» (Тестирование)

**Вид промежуточной аттестации – Зачет с оценкой.**

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
		Неделя КМ:	4	8	10	15
1	Общие положения маркетинговой деятельности. Основы организации маркетинговой деятельности					
1.1	Общие положения маркетинговой деятельности. Основы организации маркетинговой деятельности		+			
2	Современные маркетинговые концепции управления предприятием					
2.1	Современные маркетинговые концепции управления предприятием		+			
3	Маркетинговая среда организации. Источники и сбор информации					
3.1	Маркетинговая среда организации. Источники и сбор информации			+		
4	Организация маркетинговой деятельности в электроэнергетике					
4.1	Организация маркетинговой деятельности в электроэнергетике				+	
5	Комплекс маркетинга на предприятиях электроэнергетики					
5.1	Комплекс маркетинга на предприятиях электроэнергетики					+
Вес КМ, %:			20	25	25	30

#### 2 семестр

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

- КМ-1 Контрольная работа. Стоимость денег во времени. (Контрольная работа)  
 КМ-2 Контрольная работа. Типы рынков. Инвестиционный климат (Решение задач)  
 КМ-3 Контрольная работа. Доходность ценных бумаг. (Решение задач)  
 КМ-4 Сравнительный анализ источников финансирования приобретения оборудования (Решение задач)

КМ-5 Контрольная работа. Средневзвешенная стоимость капитала. (Решение задач)

КМ-6 Контрольная работа. Оценка инвестиций (Решение задач)

КМ-7 Тестирование. (Тестирование)

**Вид промежуточной аттестации – Экзамен.**

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4	КМ-5	КМ-6	КМ-7
		Неделя КМ:	4	6	8	10	12	14	16
1	Введение в управление инвестициями в электроэнергетике								
1.1	Введение в управление инвестициями в электроэнергетике								+
2	Стоимость денег во времени								
2.1	Стоимость денег во времени		+	+	+	+	+	+	+
3	Типы рынков, инвестиционный климат и теория агентских отношений								
3.1	Типы рынков, инвестиционный климат и теория агентских отношений		+	+	+	+	+	+	+
4	Доходность ценных бумаг								
4.1	Доходность ценных бумаг		+	+	+	+	+	+	+
5	Стоимость акционерного капитала								
5.1	Стоимость акционерного капитала		+	+	+	+	+	+	+
6	Средневзвешенная стоимость капитала								
6.1	Средневзвешенная стоимость капитала		+	+	+	+	+	+	+
7	Оценка инвестиций								
7.1	Оценка инвестиций		+	+	+	+	+	+	+
Вес КМ, %:			10	10	10	15	10	15	30