

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
МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКЕ


| | |
|---|---|
| Блок: | Блок 1 «Дисциплины (модули)» |
| Часть образовательной программы: | Часть, формируемая участниками образовательных отношений |
| № дисциплины по учебному плану: | Б1.Ч.08 |
| Трудоемкость в зачетных единицах: | 1 семестр - 3; |
| Часов (всего) по учебному плану: | 108 часов |
| Лекции | 1 семестр - 16 часов; |
| Практические занятия | 1 семестр - 16 часов; |
| Лабораторные работы | не предусмотрено учебным планом |
| Консультации | проводится в рамках часов аудиторных занятий |
| Самостоятельная работа | 1 семестр - 75,7 часа; |
| в том числе на КП/КР | не предусмотрено учебным планом |
| Иная контактная работа | проводится в рамках часов аудиторных занятий |
| включая: Контрольная работа Тестирование | |
| Промежуточная аттестация: | |
| Зачет с оценкой | 1 семестр - 0,3 часа; |

Москва 2022

ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:

Преподаватель

(должность)

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

(подпись)


С.И. Хренов

(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 знаний по проблематике маркетингового планирования в электроэнергетике

Задачи дисциплины

- изучение современной методологии маркетинговых исследований;
- 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-4ПК-1 Демонстрирует знания в области управления проектами, разработки комплексной финансовой модели и управления персоналом на объектах электроэнергетики | знать: - основные концепции маркетинга; - основные источники информации о маркетинговой деятельности организации. уметь: - самостоятельно проводить сбор информации и аналитическую обработку результатов проведения маркетинговых исследований; - применять основные методы маркетингового анализа и оценки рынков электроэнергетики. |

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 3 зачетных единицы, 108 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 | - | <u>Подготовка к контрольной работе:</u> подготовка к контрольной работе "Общим положениям маркетинговой деятельности" <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], 41-130, 226-229, 291-295 [3], 5-11 |
| 1.1 | общие положения маркетинговой деятельности. Основы организации маркетинговой деятельности | 12 | | 2 | - | 2 | - | - | - | - | - | 8 | - | |
| 2 | современные маркетинговые концепции управления предприятием | 30 | | 4 | - | 6 | - | - | - | - | - | 20 | - | <u>Подготовка к контрольной работе:</u> подготовка к контрольной работе "Общим положениям маркетинговой деятельности" <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], 72-161, 318-339 |
| 2.1 | современные маркетинговые концепции управления предприятием | 30 | | 4 | - | 6 | - | - | - | - | - | 20 | - | |
| 3 | маркетинговая среда организации. Источники и сбор информации | 21 | | 4 | - | 3 | - | - | - | - | - | 14 | - | <u>Подготовка к контрольной работе:</u> подготовка к контрольной работе "Маркетинговые исследования" <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], 125-161, 291-215, 433-458 |
| 3.1 | маркетинговая среда организации. | 21 | | 4 | - | 3 | - | - | - | - | - | 14 | - | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|-----|--|--------------|-----------|----------|-----------|----------|----------|----------|----------|------------|-------------|-------------|---|
| | Источники и сбор информации | | | | | | | | | | | | [3], 12-22 |
| 4 | организация маркетинговой деятельности в электроэнергетике | 14 | 4 | - | 2 | - | - | - | - | - | 8 | - | <u>Подготовка к контрольной работе:</u> подготовка к контрольной работе "Сегментация рынка" <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [2], 18,280-291,326-332 |
| 4.1 | организация маркетинговой деятельности в электроэнергетике | 14 | 4 | - | 2 | - | - | - | - | - | 8 | - | |
| 5 | комплекс маркетинга на предприятиях электроэнергетики | 13 | 2 | - | 3 | - | - | - | - | - | 8 | - | <u>Подготовка к контрольной работе:</u> подготовка к контрольной работе "Комплексная оценка знаний по итогам семестра" <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], 318-353, 358-386, 433-485, 518-547 |
| 5.1 | комплекс маркетинга на предприятиях электроэнергетики | 13 | 2 | - | 3 | - | - | - | - | - | 8 | - | |
| | Зачет с оценкой | 18.0 | - | - | - | - | - | - | - | 0.3 | - | 17.7 | |
| | Всего за семестр | 108.0 | 16 | - | 16 | - | - | - | - | 0.3 | 58 | 17.7 | |
| | Итого за семестр | 108.0 | 16 | - | 16 | - | - | - | - | 0.3 | 75.7 | | |

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. Продвижение. Процесс коммуникации. Источники информации. Виды информации. 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.

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.

3.3. Темы практических занятий

1. особенности конкурентного окружения. Анализ ближнего окружения, STEEP-факторов;
2. SWOT-анализ;
3. формальный план действий. Построение диаграммы Ганта;
4. каналы распределения;
5. ценообразование;
6. маркетинговые исследования;

7. сегментирование потребителей. Понятие "целевые сегменты" применительно к электроэнергетике;
8. внешние и внутренние потребители. Построение отношений;
9. матрица Ансоффа и матрица Бостонской консультативной группы;
10. маркетинговый анализ товаров и услуг;
11. концепции маркетинга на примере товаров народного потребления, промышленных товаров и товаров электроэнергетики.

3.4. Темы лабораторных работ не предусмотрено

3.5 Консультации

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 | |
| Знать: | | | | | | | |
| 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" |
| Уметь: | | | | | | | |
| применять основные методы маркетингового анализа и оценки рынков электроэнергетики | ИД-4ПК-1 | | | | + | | Контрольная работа/Контрольная работа "Сегментация рынка" |
| самостоятельно проводить сбор информации и аналитическую обработку результатов проведения маркетинговых исследований | ИД-4ПК-1 | | | + | | | Контрольная работа/Контрольная работа "Маркетинговые исследования" |

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)

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

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. 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>.

5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

1. Office;
2. Windows;
3. Майнд Видеоконференции;
4. Расписание учебных занятий.

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

1. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" -
http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| Тип помещения | Номер аудитории, | Оснащение |
|----------------------|-------------------------|------------------|
|----------------------|-------------------------|------------------|

| | наименование | |
|---|-------------------------------------|--|
| Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля | Ж-120, Машинный зал ИВЦ | сервер, кондиционер |
| | Г-200, Учебная аудитория | парта со скамьей, стол преподавателя, стул, трибуна, мультимедийный проектор, экран |
| | Д-213, Учебная аудитория | парта со скамьей, стол преподавателя, стул, доска меловая |
| Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП | Ж-120, Машинный зал ИВЦ | сервер, кондиционер |
| | 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-213, Учебная аудитория | парта со скамьей, стол преподавателя, стул, доска меловая |
| 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 | 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 |

БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

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 |