

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

---

Направление подготовки/специальность: 38.03.02 Менеджмент

Наименование образовательной программы: Менеджмент предприятий и организаций

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Очная

**Рабочая программа дисциплины**  
**МАРКЕТИНГ В ЭНЕРГЕТИКЕ**

<b>Блок:</b>	<b>Блок 1 «Дисциплины (модули)»</b>
<b>Часть образовательной программы:</b>	Вариативная
<b>№ дисциплины по учебному плану:</b>	Б1.В.11.08.02
<b>Трудоемкость в зачетных единицах:</b>	8 семестр - 4;
<b>Часов (всего) по учебному плану:</b>	144 часа
<b>Лекции</b>	8 семестр - 28 часа;
<b>Практические занятия</b>	8 семестр - 14 часов;
<b>Лабораторные работы</b>	не предусмотрено учебным планом
<b>Консультации</b>	проводится в рамках часов аудиторных занятий
<b>Самостоятельная работа</b>	8 семестр - 101,7 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>	
<b>Контрольная работа</b>	
<b>Промежуточная аттестация:</b>	
<b>Зачет с оценкой</b>	8 семестр - 0,30 часа;

**Москва 2020**

**ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:**

Преподаватель

(должность)

	<b>Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»</b>	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Вольная С.А.
	Идентификатор	R09d4f34a-VoinayaSA-857582a9

(подпись)

С.А. Вольная

(расшифровка подписи)

**СОГЛАСОВАНО:**

Руководитель образовательной программы

(должность, ученая степень, ученое звание)

	<b>Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»</b>	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Коробко М.О.
	Идентификатор	R22a1a9d4-KorobkoMO-fab3716e

(подпись)

М.О. Коробко

(расшифровка подписи)

Заведующий выпускающей кафедры

(должность, ученая степень, ученое звание)

	<b>Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»</b>	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кетоева Н.Л.
	Идентификатор	R56dba1ba-KetoyevaNL-5403d8c3

(подпись)

Н.Л. Кетоева

(расшифровка подписи)

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель освоения дисциплины:** Состоит в изучении инновационной и инвестиционной деятельности, рекламной стратегии, связанной с развитием предпринимательской или коммерческой деятельности предприятия; изучение рынков электроэнергии и мощности, рынков услуг в электроэнергетике

### Задачи дисциплины

- Изучение назначения, целей и задач маркетинга в электроэнергетике;
- Разработке плана создания и развития новых организаций – продавцов электроэнергии и мощности;
- Изучение структуры, содержания разделов, требований и принципов маркетинговых исследований в электроэнергетике.

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-5 способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений		знать: - Основные понятия в маркетинге, структуру маркетинга, специфику и элементы комплекса маркетинга в сфере энергетической деятельности; - Производственную деятельность организации в условиях современной экономики.  уметь: - Анализировать маркетинговую среду, определять маркетинговые стратегии, анализировать элементы комплекса маркетинга в различных сферах энергетической деятельности; - Проводить анализ отечественного и зарубежного опыта рациональной организации производственной деятельности организации в условиях современной экономики.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин основной профессиональной образовательной программе Менеджмент предприятий и организаций (далее – ОПОП), направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, уровень образования: высшее образование - бакалавриат.

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 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	Маркетинг генерирующих и энергосбытовых компаний	18	8	4	-	2	-	-	-	-	-	12	-	<p><b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Изучение материала по разделу "Маркетинг генерирующих и энергосбытовых компаний" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях</p> <p><b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Маркетинг генерирующих и энергосбытовых компаний"</p> <p><b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [3], стр. 23-43</p>	
1.1	Формирование концепции электрической энергии и мощности как товара, исходя из потребности потребителя	18		4	-	2	-	-	-	-	-	12	-		
2	Маркетинг электросетевых компаний	36		8	-	4	-	-	-	-	-	24	-		<p><b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Маркетинг электросетевых компаний"</p> <p><b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [1], Стр. 137-156</p>
2.1	Определение доли рынка электроэнергии для электростанций	18		4	-	2	-	-	-	-	-	12	-		
2.2	Определение рыночной цены и тарифов на электроэнергию	18		4	-	2	-	-	-	-	-	12	-		
3	Маркетинг сервисных услуг энергетический компаний	36		8	-	4	-	-	-	-	-	24	-		<p><b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Изучение материала по разделу "Маркетинг сервисных услуг энергетический компаний" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях</p>
3.1	Особенности offline, online-маркетинга	18		4	-	2	-	-	-	-	-	12	-		

	сервисных компаний энергетического рынка												<b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [3], стр. 44-83
3.2	Маркетинговые инструменты формирования имиджа и деловой репутации энергетической сервисной компании	18	4	-	2	-	-	-	-	-	12	-	
4	Маркетинг предприятий сферы энергетики	36	8	-	4	-	-	-	-	-	24	-	<b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Изучение материала по разделу "Маркетинг предприятий сферы энергетики" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях
4.1	Стратегии маркетинга компаний сферы энергетики	18	4	-	2	-	-	-	-	-	12	-	<b><u>Самостоятельное изучение</u></b>
4.2	Маркетинговые информационные системы компаний сферы энергетики	18	4	-	2	-	-	-	-	-	12	-	<b><u>теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Маркетинг предприятий сферы энергетики" <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [2], Стр. 8-9
	Зачет с оценкой	18.00	-	-	-	-	-	-	-	0.30	-	17.70	
	<b>Всего за семестр</b>	<b>144.00</b>	<b>28</b>	<b>-</b>	<b>14</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0.30</b>	<b>84</b>	<b>17.70</b>	
	<b>Итого за семестр</b>	<b>144.00</b>	<b>28</b>	<b>-</b>	<b>14</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0.30</b>	<b>101.70</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. Маркетинг генерирующих и энергосбытовых компаний

1.1. Формирование концепции электрической энергии и мощности как товара, исходя из потребности потребителя

Предпосылки и особенности создания рынка электрической энергии и мощности. Организация оптового и розничного рынков электроэнергии и мощности. Особенности промышленного маркетинга генерирующих компаний..

#### 2. Маркетинг электросетевых компаний

2.1. Определение доли рынка электроэнергии для электростанций

Организационная структура и особенности функционирования электросетевого комплекса. Специфика маркетинга электросетевых компаний.

2.2. Определение рыночной цены и тарифов на электроэнергию

Классификация услуг электросетевых компаний и тарифное регулирование в электросетевом комплексе.

#### 3. Маркетинг сервисных услуг энергетических компаний

3.1. Особенности offline, online-маркетинга сервисных компаний энергетического рынка

Виды и классификация сервисных услуг энергетических компаний.

3.2. Маркетинговые инструменты формирования имиджа и деловой репутации

энергетической сервисной компании

Маркетинговые подходы к организации сервисного обслуживания.

#### 4. Маркетинг предприятий сферы энергетики

4.1. Стратегии маркетинга компаний сферы энергетики

Маркетинговые стратегии развития услуг сферы энергетики.

4.2. Маркетинговые информационные системы компаний сферы энергетики

Особенности и классификация услуг сферы энергетики.

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

1. Определение доли рынка электроэнергии для электростанций;
2. Маркетинговые информационные системы компаний сферы энергетики;
3. Стратегии маркетинга компаний сферы энергетики;
4. Маркетинговые инструменты формирования имиджа и деловой репутации энергетической сервисной компании;
5. Особенности offline, online-маркетинга сервисных компаний энергетического рынка;
6. Определение рыночной цены и тарифов на электроэнергию;
7. Формирование концепции электрической энергии и мощности как товара, исходя из потребности потребителя.

### **3.4. Темы лабораторных работ**

не предусмотрено

### **3.5 Консультации**

### **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	
<b>Знать:</b>						
Производственную деятельность организации в условиях современной экономики	ПК-5(Компетенция)		+			Контрольная работа/Маркетинг электросетевых компаний
Основные понятия в маркетинге, структуру маркетинга, специфику и элементы комплекса маркетинга в сфере энергетической деятельности	ПК-5(Компетенция)	+				Контрольная работа/Маркетинг генерирующих и энергосбытовых компаний
<b>Уметь:</b>						
Проводить анализ отечественного и зарубежного опыта рациональной организации производственной деятельности организации в условиях современной экономики	ПК-5(Компетенция)				+	Контрольная работа/Маркетинг предприятий сферы энергетики
Анализировать маркетинговую среду, определять маркетинговые стратегии, анализировать элементы комплекса маркетинга в различных сферах энергетической деятельности	ПК-5(Компетенция)			+		Контрольная работа/Маркетинг сервисных услуг энергетический компаний



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

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

**8 семестр**

Форма реализации: Письменная работа

1. Маркетинг генерирующих и энергосбытовых компаний (Контрольная работа)
2. Маркетинг предприятий сферы энергетики (Контрольная работа)
3. Маркетинг сервисных услуг энергетических компаний (Контрольная работа)
4. Маркетинг электросетевых компаний (Контрольная работа)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

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

*Зачет с оценкой (Семестр №8)*

Итоговая оценка по курсу выставляется с учетом промежуточной аттестации и текущей

В диплом выставляется оценка за 8 семестр.

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

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

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

1. Маркетинг в энергетике : учебное пособие по направлению 38.03.02 "Менеджмент" / Н. Л. Кетоева, М. О. Коробко, В. В. Жуков, [и др.], Нац. исслед. ун-т "МЭИ" (НИУ"МЭИ") . – М. : Изд-во МЭИ, 2018 . – 284 с. - Победитель Всероссийского конкурса рукописей учебной, научно-технической и справочной литературы по энергетике 2017 года . - ISBN 978-5-7046-1946-8 .

[http://elib.mpei.ru/action.php?kt\\_path\\_info=ktcore.SecViewPlugin.actions.document&fDocumentId=10730](http://elib.mpei.ru/action.php?kt_path_info=ktcore.SecViewPlugin.actions.document&fDocumentId=10730);

2. Максимов, Б. К. Электроэнергетика России после проведения реформ и основы рынка электроэнергии : учебное пособие для вузов по направлению подготовки "Электроэнергетика электротехника" / Б. К. Максимов, В. В. Молодюк . – 2-е изд., перераб. и доп . – М. : Издательский дом МЭИ, 2016 . – 156 с. - ISBN 978-5-383-00931-4 .;

3. Гордеев А. С.- "Энергетический менеджмент в сельском хозяйстве", Издательство: "Лань", Санкт-Петербург, 2021 - (308 с.)

<https://e.lanbook.com/book/169123>.

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

1. СДО "Прометей";
2. Office / Российский пакет офисных программ;
3. Windows / Операционная система семейства Linux;
4. Майнд Видеоконференции.

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

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>
2. База данных Web of Science - <http://webofscience.com/>
3. База данных Scopus - <http://www.scopus.com>
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>
11. Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии - <http://protect.gost.ru/>
12. 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	К-520, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП	кресло рабочее, парта со скамьей, стол преподавателя, стул, трибуна, вешалка для одежды, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, мел, маркер, стилус
Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	К-511, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП	парта со скамьей, стул, трибуна, вешалка для одежды, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, мел, маркер, стилус
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	К-509, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП	кресло рабочее, парта со скамьей, стол преподавателя, стул, трибуна, вешалка для одежды, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, кондиционер, мел, маркер, стилус
Помещения для самостоятельной работы	К-526, Компьютерный класс ИВЦ	стол, стул, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, доска маркерная, компьютер персональный, кондиционер
	К-522, Компьютерный класс ИВЦ	стол, стул, компьютерная сеть с выходом в Интернет, доска маркерная, компьютер персональный, кондиционер, телевизор
Помещения для консультирования	К-507, Учебная аудитория	парта со скамьей, стул, трибуна, вешалка для одежды, доска меловая, мультимедийный проектор, экран, кондиционер

	К-516, Кабинет сотрудников кафедры МЭП	кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стул, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, многофункциональный центр, ноутбук, компьютер персональный, принтер, холодильник, кондиционер
	К-514, Кабинет сотрудников кафедры МЭП	кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стул, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, колонки звуковые, многофункциональный центр, компьютер персональный, принтер, кондиционер
	К-513, Кабинет сотрудников кафедры МЭП	кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стул, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, экран интерактивный, колонки звуковые, мультимедийный проектор, доска маркерная, многофункциональный центр, ноутбук, компьютер персональный, принтер, холодильник, кондиционер
	К-518, Кабинет сотрудников кафедры МЭП	кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стул, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, колонки звуковые, доска маркерная, многофункциональный центр, ноутбук, компьютер персональный, принтер, кондиционер
Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря	К-521/2, Склад кафедры БИТ	шкаф, хозяйственный инвентарь, запасные комплектующие для оборудования

## БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

### Маркетинг в энергетике

(название дисциплины)

#### 8 семестр

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

- КМ-1 Маркетинг генерирующих и энергосбытовых компаний (Контрольная работа)
- КМ-2 Маркетинг электросетевых компаний (Контрольная работа)
- КМ-3 Маркетинг сервисных услуг энергетических компаний (Контрольная работа)
- КМ-4 Маркетинг предприятий сферы энергетики (Контрольная работа)

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

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
		Неделя КМ:	3	7	11	14
1	Маркетинг генерирующих и энергосбытовых компаний					
1.1	Формирование концепции электрической энергии и мощности как товара, исходя из потребности потребителя		+			
2	Маркетинг электросетевых компаний					
2.1	Определение доли рынка электроэнергии для электростанций			+		
2.2	Определение рыночной цены и тарифов на электроэнергию			+		
3	Маркетинг сервисных услуг энергетических компаний					
3.1	Особенности offline, online-маркетинга сервисных компаний энергетического рынка				+	
3.2	Маркетинговые инструменты формирования имиджа и деловой репутации энергетической сервисной компании				+	
4	Маркетинг предприятий сферы энергетики					
4.1	Стратегии маркетинга компаний сферы энергетики					+
4.2	Маркетинговые информационные системы компаний сферы энергетики					+
Вес КМ, %:			20	25	25	30