

**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: Финансовый менеджмент**

**Уровень образования: высшее образование - бакалавриат**

**Форма обучения: Очно-заочная**

**Оценочные материалы  
по дисциплине  
Маркетинг в энергетике**

**Москва  
2022**

## ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Преподаватель

(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Вольная С.А.
	Идентификатор	R09d4f34a-VolnayaSA-857582a9

(подпись)

С.А. Вольная

(расшифровка  
подписи)

## СОГЛАСОВАНО:

Руководитель  
образовательной  
программы

(должность, ученая степень, ученое  
звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Епифанов В.А.
	Идентификатор	Rad930396-YerifanovVA-60810d9

(подпись)

В.А.

Епифанов

(расшифровка  
подписи)

Заведующий  
выпускающей кафедры

(должность, ученая степень, ученое  
звание)

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

(подпись)

Н.Л. Кетоева

(расшифровка  
подписи)

## ОБЩАЯ ЧАСТЬ

Оценочные материалы по дисциплине предназначены для оценки: достижения обучающимися запланированных результатов обучения по дисциплине, этапа формирования запланированных компетенций и уровня освоения дисциплины.

Оценочные материалы по дисциплине включают оценочные средства для проведения мероприятий текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Формируемые у обучающегося компетенции:

1. ПК-5 способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений

и включает:

**для текущего контроля успеваемости:**

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)

### БРС дисциплины

10 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	3	7	11	14
Маркетинг генерирующих и энергосбытовых компаний					
Формирование концепции электрической энергии и мощности как товара, исходя из потребности потребителя	+				
Маркетинг электросетевых компаний					
Определение доли рынка электроэнергии для электростанций			+		
Определение рыночной цены и тарифов на электроэнергию			+		
Маркетинг сервисных услуг энергетических компаний					
Особенности offline, online-маркетинга сервисных компаний энергетического рынка				+	
Маркетинговые инструменты формирования имиджа и деловой репутации энергетической сервисной компании				+	
Маркетинг предприятий сферы энергетики					
Стратегии маркетинга компаний сферы энергетики				+	

Маркетинговые информационные системы компаний сферы энергетики				+
Вес КМ:	20	25	25	30

\$Общая часть/Для промежуточной аттестации\$

## СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

### *I. Оценочные средства для оценки запланированных результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций*

Индекс компетенции	Индикатор	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Контрольная точка
ПК-5	ПК-5(Компетенция)	<p>Знать:</p> <p>Основные понятия в маркетинге, структуру маркетинга, специфику и элементы комплекса маркетинга в сфере энергетической деятельности</p> <p>Производственную деятельность организации в условиях современной экономики</p> <p>Уметь:</p> <p>Анализировать маркетинговую среду, определять маркетинговые стратегии, анализировать элементы комплекса маркетинга в различных сферах энергетической деятельности</p> <p>Проводить анализ отечественного и зарубежного опыта рациональной организации</p>	<p>Маркетинг генерирующих и энергосбытовых компаний (Контрольная работа)</p> <p>Маркетинг электросетевых компаний (Контрольная работа)</p> <p>Маркетинг сервисных услуг энергетических компаний (Контрольная работа)</p> <p>Маркетинг предприятий сферы энергетики (Контрольная работа)</p>

		производственной деятельности организации в условиях современной экономики	
--	--	---	--

## **II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания**

### **КМ-1. Маркетинг генерирующих и энергосбытовых компаний**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 20

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Выдача заданий по вариантам. Продолжительность контроля составляет 45 минут. Выполнение заданий индивидуально. Проверка заданий производится преподавателем

#### **Краткое содержание задания:**

1. Задание на контрольную работу;
2. Выбор компании ( по варианту);
3. Анализ внешней и внутренней среды организации;
4. Изучение методов промышленного маркетинга;
5. Анализ инструментов маркетинга в энергосбытовой компании
- 6.

#### **Контрольные вопросы/задания:**

Знать: Основные понятия в маркетинге, структуру маркетинга, специфику и элементы комплекса маркетинга в сфере энергетической деятельности	1.Суть оптового рынка электроэнергии и мощности 2.Суть розничного рынка электроэнергии и мощности
---	--

#### **Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 80*

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

### **КМ-2. Маркетинг электросетевых компаний**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 25

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Выдача заданий по вариантам. Продолжительность контроля составляет 45 минут. Выполнение заданий индивидуально. Проверка заданий производится преподавателем

**Краткое содержание задания:**

Контрольная работа ориентирована на проверку знаний и терминов

**Контрольные вопросы/задания:**

Знать: Производственную деятельность организации в условиях современной экономики	1.Методы долгосрочного тарифообразования 2.Главные задачи и направления маркетинговой деятельности в электросетевой компании
---	---

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 80*

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

**КМ-3. Маркетинг сервисных услуг энергетической компаний**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС: 25**

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Выдача заданий по вариантам. Продолжительность контроля составляет 45 минут. Выполнение заданий индивидуально. Проверка заданий производится преподавателем

**Краткое содержание задания:**

Контрольная работа ориентирована на проверку теоретических и практических знаний по теме "Маркетинг сервисных услуг энергетических компаний"

**Контрольные вопросы/задания:**

Уметь: Анализировать маркетинговую среду, определять маркетинговые стратегии, анализировать элементы комплекса маркетинга в различных сферах энергетической деятельности	1.Проводить алгоритм оценки качества сервисных услуг 2.Определять тенденции, обуславливающие рост значения сервисного сопровождения энергетических компаний
--	--

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*



*Нижний порог выполнения задания в процентах: 80*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено*

#### **КМ-4. Маркетинг предприятий сферы энергетики**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 30

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Выдача заданий по вариантам. Продолжительность контроля составляет 45 минут. Выполнение заданий индивидуально. Проверка заданий производится преподавателем

#### **Краткое содержание задания:**

Контрольная работа направлена на проверку знаний по основным направлениям темы "Маркетинг предприятий сферы энергетики"

#### **Контрольные вопросы/задания:**

Уметь: Проводить анализ отечественного и зарубежного опыта рациональной организации производственной деятельности организации в условиях современной экономики	1. Определять положительные и отрицательные аспекты работы с посредниками 2. Оценить преимущества, недостатки и перспективы применения прямого маркетинга на российском рынке услуг
--	--

#### **Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 80*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено*

# СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

10 семестр

Форма промежуточной аттестации: Зачет с оценкой

Пример билета

<b>НИУ «МЭИ»</b>	<b>ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1</b> Кафедра менеджмента в энергетике и промышленности	<i>Утверждаю</i> <i>Зав. кафедрой</i>  «    »    2021 г.
		Дисциплина «Маркетинг в энергетике» <b>Инженерно - экономический институт</b>
1. Какие виды информации используются организациями сферы услуг для маркетинговой деятельности 2. Обоснуйте необходимость маркетинга и проведения маркетинговых исследований для генерирующих компаний в электроэнергетике 3. Практическое задание		

## Процедура проведения

Ответить на теоретические вопросы. Студент отвечает письменно 60 минут

### *1. Перечень компетенций/индикаторов и контрольных вопросов проверки результатов освоения дисциплины*

#### **1. Компетенция/Индикатор: ПК-5(Компетенция)**

#### **Вопросы, задания**

1. В чем состоит отличие между энергосбытовой компанией и гарантирующим поставщиком
2. Классификация сервисных слуг как специфический подход к анализу деятельности сервисных энергетических компаний
3. Каким образом устанавливается плата за технологическое подключение к электросетям
4. Какие особенности маркетинга электросетевой компании вы можете назвать
5. Специфика продукции энергетической сферы и ее влияние на стержневые параметры услуги
6. Перечислите виды рынков электроэнергетики на ОРЭМ и дайте характеристику каждого из них

#### **Материалы для проверки остаточных знаний**

1. Маркетинговый анализ услуги предполагает следующее количество уровней восприятия

Ответы:

- а) один уровень
- б) два уровня
- в) три уровня

г) пять уровней

д) семь уровней

Верный ответ: г) пять уровней

2. Электроэнергетика возникла в

Ответы:

а) 90-х гг. XX в

б) 80-х гг. XIX в

в) 70-х гг. XIX в

г) 80-х гг. XX в

д) 90-х гг. XIX в

Верный ответ: б) 80-х гг. XIX в

3. Основные задачи маркетинга в энергосбытовых компаниях

Ответы:

а) обеспечение конкурентоспособности на РРЭМ

б) сохранение и пополнение существующей клиентской базы и оптимизация схем договорных отношений

в) сбыт товара (услуги)

г) рост стоимости компании в долгосрочной перспективе

д) формирование ассортиментной политики

е) обеспечение финансовой устойчивости

Верный ответ: а) обеспечение конкурентоспособности на РРЭМ б) сохранение и пополнение существующей клиентской базы и оптимизация схем договорных отношений г) рост стоимости компании в долгосрочной перспективе е) обеспечение финансовой устойчивости

4. Цели тарифной политики в ЭСК РФ

Ответы:

а) создание положительного имиджа

б) обеспечение долгосрочного и прозрачного тарифного регулирования

в) получение прибыли

г) обеспечение баланса интересов электросетевых компаний и потребителей

д) минимизация затрат

е) повышение инвестиционной привлекательности отрасли в целом

Верный ответ: б) обеспечение долгосрочного и прозрачного тарифного регулирования г) обеспечение баланса интересов электросетевых компаний и потребителей е) повышение инвестиционной привлекательности отрасли в целом

5. Особенности и специфика маркетинга в электросетевой компании определяются

Ответы:

а) экологической средой

б) политической средой

в) научно-технической средой

г) энергетической средой

д) правовым статусом

Верный ответ: б) политической средой в) научно-технической средой д) правовым статусом

6. Установите соответствие между категориями “услуга” и “обслуживание”

Ответы:

Услуга - это: А. Процесс, имеющий свою структуру, алгоритм, обладающий временным характером

Обслуживание - это: Б. Осуществление взаимодействия между производителем услуги и ее потребителем

Верный ответ: Услуга - это: Б. Осуществление взаимодействия между производителем услуги и ее потребителем Обслуживание - это: А. Процесс, имеющий свою структуру, алгоритм, обладающий временным характером

## ***II. Описание шкалы оценивания***

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 90*

*Описание характеристики выполнения знания:* Работа выполнена в рамках "продвинутого" уровня. Ответы даны верно, четко сформулированные особенности практических решений, с мелкими погрешностями

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 80*

*Описание характеристики выполнения знания:* Работа выполнена в рамках "базового" уровня. Большинство ответов даны верно. В части материала есть незначительные недостатки

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания:* Работа выполнена в рамках "порогового" уровня. Основная часть задания выполнена верно. на вопросы углубленного уровня

## ***III. Правила выставления итоговой оценки по курсу***

Итоговая оценка по курсу выставляется с учетом промежуточной аттестации и текущей