Приложение Л.РПД Б1.В.ДВ.2.1

Филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»
в г. Смоленске

УТВЕРЖДАЮ
Зам. директора
филиала ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»
в г. Смоленске
по учебно-методической работе
_____ В.В. Рожков
«31» 08 2015 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ В ТЕПЛОЭНЕРГЕТИКЕ

(НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ)

Направление подготовки: 13.04.01 Теплоэнергетика и теплотехника

Магистерская программа: Экономика и управление в теплоэнергетике

Уровень высшего образования: магистратура

Нормативный срок обучения: 2 года

Смоленск – 2015 г.

1.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Целью освоения дисциплины является подготовка обучающихся к научно- деятельности по направлению подготовки 13.04.01 Теплоэнергетика и теплотехника (магистерская программа: Экономика и управление в теплоэнергетике) посредством обеспечения этапов формирования компетенций, предусмотренных ФГОС, в части представленных ниже знаний, умений и навыков.

Задачами дисциплины является изучение понятийного аппарата дисциплины, основных теоретических положений и методов, формирование умений и привитие навыков применения теоретических знаний для решения практических и профессиональных задач.

Дисциплина направлена на формирование следующих общекультурных, общепрофессиональных, профессиональных компетенций:

ОК-2 способностью действовать в нестандартных ситуациях, нести ответственность за принятые решения
В результате изучения дисциплины студент должен:
Знать:
- сущность управленческих решений, их значение и роль;
Уметь:
- оценивать последствия принятых решений с позиции социальной ответственности
Владеть:
- навыками системного подхода к выявлению и анализу возникающих проблем;
- современными методами принятия управленческих решений.

ОПК-1 способностью формулировать цели и задачи исследования, выявлять приоритеты решения задач, выбирать и создавать критерии оценки
В результате изучения дисциплины студент должен:
Знать:
- основные цели, задачи и направления маркетинговых исследований
Уметь:
- формулировать цели и задачи исследований в области маркетинга
Владеть:
- методами эффективного решения поставленных задач.

ОПК-2 способностью применять современные методы исследования, оценивать и представлять результаты выполненной работы
В результате изучения дисциплины студент должен:
Знать:
- методологию исследования, аналитические модели и поисковые вопросы, влияющие на разработку плана маркетингового исследования.
Уметь:
- использовать различные методы прогнозирования показателей рыночной конъюнктуры.
Владеть:
- навыками применения в практической деятельности, полученной в результате маркетинговых исследований информации.

ПК-7 способностью планировать и ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, интерпретировать и представлять результаты научных

исследований в виде отчетов, рефератов, научных публикаций и на публичных обсуждениях

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные требования к планированию и постановке задач исследования в области маркетинга

Уметь:

- применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений в области маркетинга;

Владеть:

- навыками подготовки отчета для отображения результатов проведенного исследования.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к вариативной части блока 1 «Дисциплина (модули)» образовательной программы подготовки магистров по магистерской программе: Экономика и управление в теплоэнергетике направления 13.04.01 Теплоэнергетика и теплотехника (индекс дисциплины в соответствии с учебным планом: Б1.В.ДВ.2.1).

В соответствии с учебным планом по направлению 13.04.01 Теплоэнергетика и теплотехника дисциплина «Маркетинг в теплоэнергетике» (Б1.В.ДВ.2.1) базируется на знаниях, полученных в результате освоения программ бакалавриата.

Знания, умения и навыки, полученные студентами в процессе изучения дисциплины, являются базой для изучения следующих дисциплин:

«Современные проблемы теплоэнергетики, теплотехники и теплотехнологий»

«Проблемы энерго- и ресурсосбережения в теплоэнергетике, теплотехнике и теплотехнологии»

«Методология научного исследования»

«Экономика и организация теплоэнергетического производства»

«Современные проблемы российского менеджмента»

«Производственный менеджмент в теплоэнергетике»

«Инноватика в теплоэнергетике»

«Предпринимательство в теплоэнергетике»

«Математическое моделирование»

«Управление проектами в теплоэнергетике»

«Управление качеством в теплоэнергетике»

«Оценка стоимости объектов интеллектуальной деятельности»

«Современные информационные технологии и системы в теплоэнергетике»

«Методология системных исследований в теплоэнергетике»

«Контроллинг в теплоэнергетике»

«Управление изменениями в теплоэнергетике»

«Инвестиционное проектирование в теплоэнергетике»

«Методы финансирования инновационных проектов в теплоэнергетике»

Знания, умения и навыки, полученные студентами в процессе изучения дисциплины, являются базой для прохождения производственной и преддипломной практик, выполнения научно-исследовательской работы и прохождения государственной итоговой аттестации (магистерская диссертация).

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Аудиторная работа

Цикл:	Блок 1	Семестр
Часть цикла:	Вариативная часть	
Индекс дисциплины по учебному плану:	Б1.В.ДВ.2.1	
Часов (всего) по учебному плану:	144	1 семестр
Трудоемкость в зачетных единицах (ЗЕТ)	4	1 семестр
Лекции (ЗЕТ, часов)	----------	----------
Практические занятия (ЗЕТ, часов)	1,5 ЗЕТ, 54 час	1 семестр
Лабораторные работы (ЗЕТ, часов)	----------	----------
Курсовая работа (ЗЕТ, часов)	----------	----------
Объем самостоятельной работы по учебному плану (ЗЕТ, часов всего)	1,5 ЗЕТ, 54час	1 семестр
Зачет с оценкой (в объеме самостоятельной работы)	----------	----------
Экзамен	1 ЗЕТ, 36 час	1 семестр

Самостоятельная работа студентов

Вид работ	Трудоёмкость, ЗЕТ, час
Изучение материалов лекций (лк)	-
Подготовка к практическим занятиям (пз)	0,5 ЗЕТ, 18 час
Подготовка к защите лабораторной работы (лаб)	-
Выполнение расчетно-графической работы	0,5 ЗЕТ, 18 час
Выполнение реферата	-
Выполнение курсовой работы	-
Самостоятельное изучение дополнительных материалов дисциплины (СРС)	0,5 ЗЕТ, 18 час
Подготовка к тестированию	-
Подготовка к зачету	-
Всего (в соответствии с УП)	**1,5 ЗЕТ, 54 час**
Подготовка к экзамену	1 ЗЕТ, 36 час

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

№ п/п	Темы дисциплины	Всего часов на тему	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) (*в соответствии с УП*)						
			лк	пр	лаб	КР	Экзамен	СРС	в т.ч. интеракт.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Анализ рыночных возможностей, сегментирование, отбор целевых сегментов, позиционирование.	36	-	14	-	-	8	14	8

	Особенности для теплоэнергетики.								
2	Процесс маркетинговых исследований в теплоэнергетике: отличительные особенности	36	-	12	-	-	10	14	10
3	Разработка и практическая реализация комплекса маркетинга. Особенности для теплоэнергетики.	41	-	16	-	-	10	15	10
4	Экспертные оценки в маркетинговых исследованиях теплоэнергетических предприятий.	31	-	12	-	-	8	11	8
всего по видам учебных занятий		**144**	**-**	**54**	**-**	**-**	**36**	**54**	36

Содержание по видам учебных занятий

Тема 1. Анализ рыночных возможностей, сегментирование, отбор целевых сегментов, позиционирование

Практическое занятие 1-2. Формализованные подходы к выбору возможностей развития теплоэнергетических предприятий (4 час)

Практическое занятие 3-5. Сегментирование: профиль сегмента критерии выбора (6 час)

Практическое занятие 6-7. Карты позиционирования для теплоэнергетических предприятий (4 час)

Самостоятельная работа студента (СРС, 14 час)

Подготовка к практическим занятиям (5 час)

Выполнение расчетно-графической работы (4 час)

Изучение дополнительного теоретического материала (5 час)

Подготовка к экзамену (8 час)

Текущий контроль:

- устный опрос: собеседование; групповые дискуссии; разбор конкретных ситуаций.

- письменный опрос: проверка выполнения заданий расчетно-графической работы, проверка конспекта дополнительных материалов; проверка анализа конкретной ситуации.

Тема 2. Процесс маркетинговых исследований в теплоэнергетике: отличительные особенности

Практическое занятие 8-9. Выбор методов проведения маркетинговых исследований. (4 час)

Практическое занятие 10-11. Содержание и методы проведения маркетинговых исследований в теплоэнергетике. (4 час)

Практическое занятие 12-13. Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации для теплоэнергетических предприятий. (4 час)

Самостоятельная работа студента (СРС, 14 час)

Подготовка к практическим занятиям (5 час)

Выполнение расчетно-графической работы (5 час)

Изучение дополнительного теоретического материала (4 час)

Подготовка к экзамену (10 час)

Текущий контроль:

- устный опрос: собеседование; групповые дискуссии; разбор конкретных ситуаций.

- письменный опрос: проверка выполнения заданий расчетно-графической работы, проверка конспекта дополнительных материалов; проверка анализа конкретной ситуации.

Тема 3. Разработка и практическая реализация комплекса маркетинга. Особенности для теплоэнергетики.

Практическое занятие 14-15. Понятие «товар» и «услуга» в теплоэнергетике. (4 час)

Практическое занятие 16-17. Стратегия маркетинга. (4 час)

Практическое занятие 18-19 Формирование продуктовой и ценовой политик теплоэнергетических предприятий. (4 час)

Практическое занятие 20-21. Формирование спроса и стимулирование сбыта для теплоэнергетических предприятий. (4 час)

Самостоятельная работа студента (СРС, 15 час)

Подготовка к практическим занятиям (5 час)

Выполнение расчетно-графической работы (5 час)

Изучение дополнительного теоретического материала (5 час)

Подготовка к экзамену (10 час)

Текущий контроль:

- **устный опрос:** собеседование; групповые дискуссии; разбор конкретных ситуаций.
- **письменный опрос:** проверка выполнения заданий расчетно-графической работы, проверка конспекта дополнительных материалов; проверка анализа конкретной ситуации.

Тема 4. Экспертные оценки в маркетинговых исследованиях теплоэнергетических предприятий.

Практическое занятие 22-23. Эвристические методы и области их применения в маркетинговых исследованиях. (4 часа)

Практическое занятие 24-25.Методика проведения маркетингового исследования и инструменты международного маркетинга. (4 часа)

Практическое занятие 26-27. Специфика маркетинговой деятельности на внутренних и внешних рынках. (4 часа)

Самостоятельная работа студента (СРС, 11 час)

Подготовка к практическим занятиям (3 час)

Выполнение расчетно-графической работы (4 час)

Изучение дополнительного теоретического материала (4 час)

Подготовка к экзамену (8 часов)

Текущий контроль:

- **устный опрос:** собеседование; групповые дискуссии; разбор конкретных ситуаций.
- **письменный опрос:** проверка выполнения заданий расчетно-графической работы, проверка конспекта дополнительных материалов; проверка анализа конкретной ситуации.

Промежуточная аттестация по дисциплине:

Изучение дисциплины заканчивается экзаменом. Экзамен проводится в соответствии с Положением о зачетной и экзаменационной сессиях в ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» и инструктивным письмом от 14.05.2012 г. № И-23.

Экзамен по дисциплине проводится в устной форме.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для обеспечения самостоятельной работы разработаны:

- учебно-методическое обеспечение практических занятий
- методические рекомендации по выполнению расчетно-графической работы
- методические рекомендации к самостоятельной работе студентов по дисциплине «Маркетинг в теплоэнергетике»

Учебно-методическое обеспечение аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы студентов, обучающихся по дисциплине «Маркетинг в теплоэнергетике» представлено в методических указаниях для обучающихся по освоению дисциплины.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования

При освоении дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-2, ОПК-1, ОПК-2, ПК-7.

Указанные компетенции формируются в соответствии со следующими этапами:

1. Формирование и развитие теоретических знаний, предусмотренных указанными компетенциями (самостоятельная работа студентов).
2. Приобретение и развитие практических умений, предусмотренных компетенциями (практические занятия, самостоятельная работа студентов).
3. Закрепление теоретических знаний, умений и практических навыков, предусмотренных компетенциями, в ходе решения конкретных задач на практических занятиях, успешной сдачи зачета.

Матрица соотнесения тем/разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

Темы, разделы дисциплины	Количество часов	Код компетенции				
		ОК-2	ОПК-1	ОПК-2	ПК-7	Σ общее количество компетенций
Тема 1. Анализ рыночных возможностей, сегментирование, отбор целевых сегментов, позиционирование. Особенности для теплоэнергетики.	36	+	+			2
Тема 2. Процесс маркетинговых исследований в теплоэнергетике: отличительные особенности	36		+	+	+	3
Тема 3. Разработка и практическая реализация комплекса маркетинга. Особенности для теплоэнергетики.	41		+		+	2
Тема 4. Экспертные оценки в маркетинговых исследованиях теплоэнергетических предприятий.	31	+			+	2
Итого	**144**	2	3	1	3	9

6.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описания шкал оценивания

Сформированность каждой компетенции в рамках освоения данной дисциплины оценивается по трехуровневой шкале:

- пороговый уровень является обязательным для всех обучающихся по завершении освоения дисциплины;
- продвинутый уровень характеризуется превышением минимальных характеристик сформированности компетенции по завершении освоения дисциплины;
- эталонный уровень характеризуется максимально возможной выраженностью компетенции и является важным качественным ориентиром для самосовершенствования.

Уровень сформированности каждой компетенции на различных этапах ее формирования в процессе освоения данной дисциплины оценивается в ходе текущего контроля успеваемости и представлен различными видами оценочных средств.

Для оценки сформированности в рамках данной дисциплины компетенции ОК-2 «Способностью действовать в нестандартных ситуациях, нести ответственность за принятые решения» преподавателем оценивается содержательная сторона и качество материалов, представленных в конспектах дополнительных материалов, в отчетах по расчетно-графической работе. Учитываются также ответы студента на вопросы по соответствующим видам занятий при текущем контроле – собеседование, контрольные опросы, разбор конкретных ситуаций, опрос по выполнению заданий практических занятий.

Принимается во внимание

наличие **знаний**:

- сущности управленческих решений, их значение и роль;

наличие **умений**:

- оценивать последствия принятых решений с позиции социальной ответственности

присутствие **навыков**:

- системного подхода к выявлению и анализу возникающих проблем;
- принятия управленческих решений.

Таблица - Показатели и критерии оценивания уровня сформированности компетенции ОК-2 «Способностью действовать в нестандартных ситуациях, нести ответственность за принятые решения»

Результаты освоения (Показатели)	Уровни сформирован-ности	Критерии оценивания	Оценка (шкала оценивания)	Оцениваемая форма контроля
Знать: - сущность управленческих решений, их значение и роль; **Уметь:** - оценивать последствия принятых решений с позиции социальной ответственности **Владеть:** - навыками системного подхода к выявлению и анализу возникающих проблем; - современными методами принятия управленческих решений.	Эталонный.	Разработка и реализация управленческих решений в нестандартных ситуациях. Способен оценить последствия принятого решения. Знает современные методы принятия управленческих решений и способен их применить	5	Собеседование Разбор конкретных ситуаций Отчет по РГР Экзамен
	Продвинутый	Проведение анализа принятых управленческих решений. Знает современные методы принятия управленческих решений и способен их применить	4	
	Пороговый	Знает современные методы принятия управленческих решений и способен их применить	3	
	Ниже порогового	Не знает современные методы принятия управленческих решений и способен их применить	2	

Для оценки сформированности в рамках данной дисциплины компетенции ОПК-1 «Способностью формулировать цели и задачи исследования, выявлять приоритеты решения задач, выбирать и создавать критерии оценки» преподавателем оценивается содержательная сторона и качество материалов, представленных в конспектах дополнительных материалов, в отчетах по расчетно-графической работе. Учитываются также ответы студента на вопросы по соответствующим видам занятий при текущем контроле – собеседование, контрольные опросы, разбор конкретных ситуаций, опрос по выполнению заданий практических занятий.

Принимается во внимание

наличие **знаний**:
- об основные цели, задачи и направления маркетинговых исследований
наличие **умений**:
- формулировать цели и задачи исследований в области маркетинга
присутствие **навыков:**
- эффективного решения поставленных задач.

Таблица - Показатели и критерии оценивания уровня сформированности компетенции ОПК-1 «Способностью формулировать цели и задачи исследования, выявлять приоритеты решения задач, выбирать и создавать критерии оценки»

Результаты освоения (Показатели)	Уровни сформирован-ности	Критерии оценивания	Оценка (шкала оценивания)	Оцениваемая форма контроля
Знать: - основные цели, задачи и направления маркетинговых исследований **Уметь:** - формулировать цели и задачи исследований в области маркетинга **Владеть:** - методами эффективного решения поставленных задач.	Эталонный.	Использование методов и инструменты маркетинговых исследований. Корректно формулирует цели и задачи исследования. На основании выбранных целей способен разработать план маркетинговых исследований.	5	Собеседование Разбор конкретных ситуаций Отчет по РГР Экзамен
	Продвинутый	Использование методов и алгоритмов маркетинговых исследований. Формулирует цели и задачи исследования.	4	
	Пороговый	Знает требования к формулированию целей. Способен сформулировать цели исследования.	3	
	Ниже порогового	Знает отдельные методы и инструменты маркетинговых исследований. Не способен корректно сформулировать цели и задачи исследования.	2	

Для оценки сформированности в рамках данной дисциплины компетенции ОПК-2 «Способностью применять современные методы исследования, оценивать и представлять результаты выполненной работы» преподавателем оценивается содержательная сторона и качество материалов, представленных в конспектах дополнительных материалов, в отчетах по расчетно-графической работе. Учитываются также ответы студента на вопросы по соответствующим видам занятий при текущем контроле – собеседование, контрольные опросы, разбор конкретных ситуаций, опрос по выполнению заданий практических занятий.

Принимается во внимание
наличие **знаний:**
- методологии исследования, аналитических моделей и поисковых вопросов, влияющих на разработку плана маркетингового исследования.
наличие **умений**:
- использовать различные методы прогнозирования показателей рыночной конъюнктуры.
присутствие **навыков:**
- применения в практической деятельности, полученной в результате маркетинговых исследований информации.

Таблица - Показатели и критерии оценивания уровня сформированности компетенции ОПК-2 «Способностью применять современные методы исследования, оценивать и представлять результаты выполненной работы»

Результаты освоения (Показатели)	Уровни сформирован-ности	Критерии оценивания	Оценка (шкала оценивания)	Оцениваемая форма контроля
Знать: - методологию исследования, аналитические модели и поисковые вопросы, влияющие на разработку плана маркетингового исследования. **Уметь:** - использовать различные методы прогнозирования показателей рыночной конъюнктуры. **Владеть:** - навыками применения в практической деятельности, полученной в результате маркетинговых исследований информации.	Эталонный.	Способен корректно выбрать методы проведения маркетингового исследования в зависимости от конкретной отраслевой ситуации. Способен интерпретировать и корректно использовать полученную информацию. Знает особенности для теплоэнергетики.	5	Собеседование Разбор конкретных ситуаций Отчет по РГР Экзамен
	Продвинутый	Знает этапы процесса маркетингового исследования и методы проведения маркетингового исследования. Знает особенности для теплоэнергетики.	4	
	Пороговый	Знает методы и инструменты маркетинговых исследований.	3	
	Ниже порогового	Не знает методов и инструментов маркетингового исследования	2	

Для оценки сформированности в рамках данной дисциплины компетенции ПК-7 «Способностью планировать и ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, интерпретировать и представлять результаты научных исследований в виде отчетов, рефератов, научных публикаций и на публичных обсуждениях» преподавателем оценивается содержательная сторона и качество материалов, представленных в конспектах дополнительных материалов, в отчетах по расчетно-графической работе. Учитываются также ответы студента на вопросы по соответствующим видам занятий при текущем контроле – собеседование, контрольные опросы, разбор конкретных ситуаций, опрос по выполнению заданий практических занятий.

Принимается во внимание

наличие **знаний:**

- основных требований к планированию и постановке задач исследования в области маркетинга

наличие **умений**:

- применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений в области маркетинга;

присутствие **навыков:**

- подготовки отчета для отображения результатов проведенного исследования.

Таблица - Показатели и критерии оценивания уровня сформированности компетенции ПК-7 «Способностью планировать и ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, интерпретировать и представлять результаты научных исследований в виде отчетов, рефератов, научных публикаций и на публичных обсуждениях»

Результаты освоения (Показатели)	Уровни сформирован-ности	Критерии оценивания	Оценка (шкала оценивания)	Оцениваемая форма контроля
Знать: - основные требования к планированию и постановке задач исследования в области маркетинга **Уметь:** - применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений в области маркетинга; **Владеть:** - навыками подготовки отчета для отображения результатов проведенного исследования.	Эталонный.	Корректное применение методов анализа. Знание методов прогнозирования для анализа рыночной конъюнктуры, а также их применение. Способность анализа полученной в результате маркетинговых исследований информации. Может составить отчет по результатам проведенного исследования.	5	Собеседование Разбор конкретных ситуаций Отчет по РГР Экзамен
	Продвинутый	Знание методов прогнозирования для анализа рыночной конъюнктуры. Способность анализа полученной в результате маркетинговых исследований информации. Может составить отчет по результатам проведенного исследования.	4	
	Пороговый	Перечисление методов прогнозирования для анализа рыночной конъюнктуры	3	
	Ниже порогового	Не знание методов прогнозирования для анализа рыночной конъюнктуры	2	

Критерии оценки результатов сформированности компетенций при использовании различных форм контроля.

Критерии оценивания конспекта дополнительных материалов:

Оценки «отлично» заслуживает студент, который привел развёрнутые ответы на все вопросы конспектирования с приведением фактов и примеров.

Оценки «хорошо» заслуживает студент, который привел развёрнутые ответы на все вопросы конспектирования с незначительным числом фактов и примеров.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, который привел ответы на все вопросы конспектирования.

Оценки «неудовлетворительно» заслуживает студент, который не предоставил конспект.

Критерии оценивания собеседования (устного опроса), разбора конкретных ситуаций:

Оценки «отлично» заслуживает студент, который полно и развернуто ответил на вопрос.

Оценки «хорошо» заслуживает студент, который полно ответил на вопрос.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, который не полно ответил на вопрос.

Оценки «неудовлетворительно» заслуживает студент, который не ответил на вопрос.

Критерии оценивания расчетно-графической работы:

Оценки «отлично» заслуживает студент, который привел полные, точные и развёрнутые материалы по работам/заданиям, оформил отчет по РГР с учетом ГОСТ и требований кафедры.

Оценки «хорошо» заслуживает студент, который привел полные, не совсем точные и развёрнутые материалы по работам/заданиям, оформил отчет по РГР с учетом ГОСТ и требований кафедры, однако не выдержал объем отчета по РГР.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, который привел не полные, не совсем точные материалы по работам/заданиям, оформил работу с незначительными отклонениями в требованиях ГОСТ и кафедры.

Оценки «неудовлетворительно» заслуживает студент, который привел не полные, не совсем точные материалы по работам/заданиям, сделал существенные ошибки в расчетах и выводах, оформил работу с грубыми нарушениями ГОСТ и требований кафедры.

Сформированность уровня компетенции не ниже порогового является основанием для допуска студента к промежуточной аттестации по данной дисциплине.

Совокупный результат определяется как среднее арифметическое значение оценок по всем видам текущего контроля.

Формой промежуточной аттестации по данной дисциплине является экзамен, оцениваемый по принятой в ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» четырехбалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Экзамен проводится в устной форме.

Критерии оценивания (в соответствии с инструктивным письмом НИУ «МЭИ» от 14 мая 2012 года № И-23):

Оценки «отлично» заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание материалов изученной дисциплины, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной рабочей программой дисциплины; проявивший творческие способности в понимании, изложении и использовании материалов изученной дисциплины, безупречно ответившему не только на вопросы билета, но и на дополнительные вопросы в рамках рабочей программы дисциплины, правильно выполнившему практические задание

Оценки «хорошо» заслуживает студент, обнаруживший полное знание материала изученной дисциплины, успешно выполняющий предусмотренные задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины; показавшему систематический характер знаний по дисциплине, ответившему на все вопросы билета, правильно выполнившему практические задание, но допустившему при этом непринципиальные ошибки.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, обнаруживший знание материала изученной дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, знакомы с основной литературой, рекомендованной рабочей программой дисциплины; допустившим погрешность в ответе на теоретические вопросы и/или при выполнении практических заданий, но обладающий необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя, либо неправильно выполнившему практическое задание, но по указанию преподавателя выполнившим другие практические задания из того же раздела дисциплины.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, обнаружившему серьезные пробелы в знаниях основного материала изученной дисциплины, допустившему принципиальные ошибки в выполнении заданий, не ответившему на все вопросы билета и дополнительные вопросы и неправильно выполнившему практическое задание (неправильное выполнение только практического задания не является однозначной причиной для выставления оценки «неудовлетворительно»). Как правило, оценка «неудовлетворительно ставится студентам, которые

не могут продолжить обучение по образовательной программе без дополнительных занятий по соответствующей дисциплины (формирования и развития компетенций, закреплённых за данной дисциплиной). Оценка «неудовлетворительно» выставляется также, если студент: после начала экзамена отказался его сдавать или нарушил правила сдачи экзамена (списывал, подсказывал, обманом пытался получить более высокую оценку и т.д.

В зачетную книжку студента и выписку к диплому выносится оценка экзамена по дисциплине за 1 семестр.

6.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Оценка знаний, умений и навыков в процессе изучения дисциплины производится с использованием фонда оценочных средств.

Вопросы по формированию и развитию теоретических знаний, предусмотренных компетенциями, закрепленными за дисциплиной:

1. Маркетинговая информационная система.
2. Процесс маркетинговых исследований в теплоэнергетике.
3. Этапы процесса. Определение проблемы и формулирование целей маркетинговых исследований в теплоэнергетике.
4. Разработка и реализация плана маркетинговых исследований в теплоэнергетике, интерпретация результатов.
5. Типы и методы исследования: социологические, экспертные, экономико-математические, разведочные, описательные, казуальные.
6. Прикладные и фундаментальные методы маркетинговых исследований в теплоэнергетике.
7. Методы сбора информации при проведении маркетинговых исследований в теплоэнергетике.
8. Надежность и достоверность измерения маркетинговых исследований в теплоэнергетике.
9. Классификация экспертных методов.
10. Метод Дельфи, метод бальных оценок.
11. Метод Борда- Лапласа , метод дерева целей.
12. Метод решающих матриц.
13. Формирование экспертных групп. Организация взаимодействия
14. Виды исследовательской информации в теплоэнергетике.
15. Вспомогательные системы управления маркетингом.
16. Выбор целей ценовой политики теплоэнергетических предприятий. Разработка ценовой стратегии.
17. Инструментарий промышленного маркетинга теплоэнергетических предприятий.
18. Качественные и количественные методы маркетинговых исследований теплоэнергетических предприятий.
19. Концепции управления маркетингом в теплоэнергетике
20. Маркетинговая среда предприятия теплоэнергетики.
21. Организация службы маркетинга теплоэнергетического предприятия.
22. Планирование маркетинга теплоэнергетического предприятия.
23. Сегментирование рынка, отбор целевых сегментов. Особенности для теплоэнергетических предприятий
24. Формирование спроса и стимулирование сбыта: особенности для теплоэнергетических предприятий.

Вопросы по приобретению и развитие практических умений, предусмотренных компетенциями, закрепленными за дисциплиной (примеры вопросов к практическим занятиям)

Примеры вопросов к практическим занятиям:

Изучив ситуацию 1 определить проблемы управления маркетингом теплоэнергетического предприятия и направления маркетинговых исследований в отношении различных субъектов:

в области ценовой политики;

в области коммуникационной политики;

в области распределения.

Изучив ситуацию 2 восстановите последовательность процедур постановки задач маркетингового исследования теплоэнергетического предприятия, которая включает в себя несколько этапов.

Учебные ситуации для практических занятий представлены в методических указаниях для обучающихся по освоению дисциплины.

Описание деловых и ролевых игр представлены в методических указаниях для обучающихся по освоению дисциплины.

Темы расчетно-графических работ:

1 Анализ потенциальных преимуществ и недостатков действующей практики установления цен на продукцию на основе ощущаемой ценности.
2 Бюджет маркетинга. Особенности для теплоэнергетики.
3 Вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы.
4 Интересы и стимулы в поведении потребителей.
5 Информационная система маркетинга на теплоэнергетическом предприятии.
6 Исследование зарубежных рынков теплоэнергетики.
7 Исследование покупательского спроса как функция от потребностей, дохода и товара.
8 Кабинетные и полевые исследования. Особенности для теплоэнергетики.
9 Кадровая политика фирмы и маркетинг. Особенности для теплоэнергетики.
10 Конкурентное положение теплоэнергетического предприятия на рынке.
11 Международная реклама. Особенности для теплоэнергетики.
12 Механизм выбора концепции маркетинговой политики в зависимости от позиции фирмы на рынке. Особенности для теплоэнергетики.
13 Оценка конкурентоспособности теплоэнергетического предприятия.
14 Планирование рекламной кампании теплоэнергетического предприятия.
15 Особенности поведение потребителей в системе маркетинга теплоэнергетического предприятия.
16 Различные модели ценообразования в теплоэнергетике: сравнительный анализ и оценка.
17 Стратегия развития теплоэнергетического предприятия.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, изложены в п.6.1 и 6.2 настоящей программы и в методических указания для обучающихся по освоению дисциплины.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная литература:

1 Гавриленко, Н.И. Маркетинг [электронный ресурс] : учебное пособие / Н.И. Гавриленко. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 194 с. Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=273611
2 Управление маркетингом [электронный ресурс] : учебное пособие / под ред. А.В. Коротков, И.М. Синяева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 463 с. Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114556
3 Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования электронный ресурс] : учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. - М. : Дашков и Ко, 2012. - 294 с. Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112211

б) дополнительная литература:

1 Жук Е.С. Стратегический маркетинг [электронный ресурс] : учебник / Е.С. Жук, Н.П. Кетова. – Ростов-на-Дону : Издательство Южного федерального университета, 2011. - 203 с. Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241057
2 Савчук Г.А. Управление маркетингом на предприятии [электронный ресурс] : учебное пособие / Савчук Г.А., Мокерова Ю.В. – Екатеринбург : Издательство Уральского Университета, 2014. – 117 с. Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276466&razdel=255
3 Скворцова Н.А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса [электронный ресурс] : учебное пособие / Н.А. Скворцова. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 325 с. Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363029
4 Тузова А.А. Организация службы маркетинга на предприятии [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.А. Тузова. - М. : Интернет-Университет Информационных Технологий, 2011. - 85 с. Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=234826
5 Яковлева Е.А. Международный маркетинг : [электронный ресурс] : учебное пособие / Е.А. Яковлева, М.А. Шибаев. - Воронеж : Воронежская государственная лесотехническая академия, 2012. - 88 с. Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=143330

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» необходимых для освоения дисциплины

1 Консультант плюс [электронный ресурс]: http://www.consultant.ru/online/
2 Онлайн Энциклопедия Маркетинга [электронный ресурс]: http://marketopedia.ru/
3 Энциклопедия маркетинга [электронный ресурс]: http://www.marketing.spb.ru/lib-research/
4 Корпоративный менеджмент [электронный ресурс]: http://www.cfin.ru/marketing/
5 Записки маркетолога [электронный ресурс]: http://www.marketch.ru/
6 Бизнес журнал [электронный ресурс]: http://www.business-magazine.ru/
7 Административно-управленческий портал [электронный ресурс] : http://www.aup.ru/books/m168/1_1.htm
8 Маркетинг журнал 4p.ru [электронный ресурс]: http://www.4p.ru/main/research/
9 Блог молодого аналитика [электронный ресурс] : http://humeur.ru/category/marketingovyj-analiz
10 Моя энергия [электронный ресурс] : http://www.myenergy.ru/

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает практические занятие. Изучение дисциплины завершается *экзаменом*.

Успешное изучение дисциплины требует активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Практические занятия составляют важную часть профессиональной подготовки студентов. Основная цель проведения практических занятий - формирование у студентов аналитического, творческого мышления путем приобретения практических навыков.

Методические указания к практическим занятиям по дисциплине наряду с рабочей программой и графиком учебного процесса относятся к методическим документам, определяющим уровень организации и качества образовательного процесса.

Содержание практических занятий фиксируется в разделе 4 настоящей рабочей программы дисциплины. Основное внимание на практических занятиях уделяется формированию конкретных умений, навыков, что и определяет содержание деятельности студентов - решение задач, графические задания, анализ учебных ситуаций и кейсов, уточнение категорий и понятий науки, являющихся предпосылкой правильного мышления и речи.

Практические занятия выполняют следующие задачи:

- стимулируют регулярное изучение рекомендуемой литературы, а также внимательное отношение к лекционному курсу;
- закрепляют знания, полученные в процессе самостоятельной работы над литературой;
- расширяют объём профессионально значимых знаний, умений, навыков;
- позволяют проверить правильность ранее полученных знаний;
- прививают навыки самостоятельного мышления, устного выступления;
- способствуют свободному оперированию терминологией;
- предоставляют преподавателю возможность систематически контролировать уровень самостоятельной работы студентов.

При подготовке к **практическим занятиям** необходимо просмотреть конспекты лекций и методические указания, рекомендованную литературу по данной теме; подготовиться к ответу на контрольные вопросы.

По дисциплине проводится устный опрос студентов для контроля усвоения ими основных теоретических и практических знаний по теме практического занятия (студенты должны знать ответы на поставленные вопросы). По результатам опроса выставляется оценка за практическое занятие.

При подготовке к **экзамену** в дополнение к изучению учебных пособий, необходимо пользоваться учебной литературой, рекомендованной к настоящей программе. При подготовке к экзамену нужно изучить определения всех понятий и теоретические подходы до состояния понимания материала и самостоятельно решить по нескольку типовых задач из каждой темы. При решении задач всегда необходимо уметь качественно интерпретировать итог решения.

Самостоятельная работа студентов (СРС) по дисциплине играет важную роль в ходе всего учебного процесса. Методические материалы и рекомендации для обеспечения СРС готовятся преподавателем и выдаются студенту.

Методические материалы и рекомендации для обеспечения самостоятельной работы студентов представлены в методических указаниях для обучающихся по освоению дисциплины.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

При выполнении **расчетно-графической работы** студентами предусматривается использование программного обеспечения Microsoft Office (электронные таблицы Microsoft Excel и текстовый редактор Microsoft Word).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Практические занятия по данной дисциплине проводятся в обычных аудиториях, оснащенных учебной мебелью и доской.

Авторы

канд. экон. наук, ст. преп. С.А. Прудников

канд. экон. наук, доцент Д.Ю. Шутова

Зав. кафедрой МИТЭ

д-р техн. наук, профессор М.И. Дли

Программа одобрена на заседании кафедры Менеджмента и информационных технологий в экономике от 28 августа 2015 года, протокол № 1

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ									
Номер изменения	Номера страниц				Всего страниц в документе	Наименование и № документа, вводящего изменения	Подпись, Ф.И.О. внесшего изменения в данный экземпляр	Дата внесения изменения в данный экземпляр	Дата введения изменения
	изменных	заменных	новых	аннулированных					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10