Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра производственного менеджмента и экономики энергетики

“УТВЕРЖДАЮ”
ДЕКАН ФЭН
д.т.н. Русина А. Г.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ПРОСТОЙ НЕКВАЛИФИЦИРОВАННОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
03.07.2026
Владелец: д.т.н. Русина А. Г.
Срок действия: не ограничен
Адрес хранения электронного документа:
https://www.nstu.ru/university/info/sveden/education

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Промышленный маркетинг

Образовательная программа: 13.04.01 Теплоэнергетика и теплотехника, магистерская программа: Производство тепловой и электрической энергии

Курс: 1, семестр : 2

Факультет энергетики,

		Семестр
№	**Вид деятельности**	**2**
1	Всего зачетных единиц (кредитов)	3
2	Всего часов	108
3	Всего занятий в контактной форме, час.	40
4	Лекции, час.	18
5	Практические занятия, час.	0
6	Лабораторные занятия, час.	18
7	из них в активной и интерактивной форме, час.	16
8	из них практической подготовки, час.	16
9	Аттестация, час.	2
10	Консультации, час.	2
11	Самостоятельная работа, час.	68
12	Виды самостоятельной работы (курсовой проект, курсовая работа, РГЗ(Р)/реферат, подготовка к контрольной работе)	Р
13	Вид аттестации	3

Новосибирск 2026

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению (специальности): 13.04.01 Теплоэнергетика и теплотехника

ФГОС введен в действие приказом №146 от 28.02.2018 г. , дата утверждения: 22.03.2018 г.

Место дисциплины в структуре учебного плана: Блок 1, формируемая участниками образовательных отношений, по выбору студента

Рабочая программа разработана на основе компетентностной модели выпускника по направлению (специальности): 13.04.01 Теплоэнергетика и теплотехника

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры

ПМиЭЭ, 03.07.2026

Утверждена на совете факультета энергетики, протокол № 7 от 03.07.2026

Заведующий кафедрой:

доцент, к.э.н. Чернов С. С.

Ответственный за образовательную программу:

заведующий кафедрой Щинников П. А.

1. Внешние требования

Таблица 1.1

Группа	Компетенции
	Индикаторы достижения компетенций
Профессиональные компетенции	ПК-1.В/ПТ Способен осуществлять профессиональную деятельность с учетом региональных особенностей и потребностей работодателей.
	ПК-1.В/ПТ. 2 Умеет решать профессиональные задачи на предприятиях и в организациях профильной отрасли своего региона.
Профессиональные компетенции	ПК-3.В/ПТ Способен формулировать технические задания и использовать средства автоматизации при проектировании объектов профессиональной деятельности
	ПК-3.В/ПТ. 2 Формулирует техническое задание для реализации проекта
	ПК-3.В/ПТ. 3 Демонстрирует знания объектов профессиональной деятельности
Универсальные компетенции	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
	УК-1. 1 Анализирует проблемную ситуацию и осуществляет её декомпозицию на отдельные задачи.
	УК-1. 2 Вырабатывает стратегию решения поставленной задачи (составляет модель, определяет ограничения, вырабатывает критерии, оценивает необходимость дополнительной информации).
	УК-1. 3 Формирует возможные варианты решения задач.

2. Требования НГТУ к планируемым результатам обучения, соотнесенным с индикаторами достижения компетенций

Таблица 2.1

Индикаторы достижения компетенций	Формы организации занятий
Результаты обучения	
ПК-1.В/ПТ. 2 Умеет решать профессиональные задачи на предприятиях и в организациях профильной отрасли своего региона.	
критерии оценки эффективности маркетинговых решений в промышленном-секторе; методы сравнительного анализа альтернативных стратегий;	Лекции; Лабораторные работы;
ПК-3.В/ПТ. 2 Формулирует техническое задание для реализации проекта	
разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия с учётом специфики региональной промышленной среды и конкурентного окружения	Лекции; Лабораторные работы;
ПК-3.В/ПТ. 3 Демонстрирует знания объектов профессиональной деятельности	
специфику социально-экономического развития региона, включая структуру промышленного производства, ключевые отрасли и тенденции их развития	Лекции; Лабораторные работы;
оптимизировать распределение ресурсов при формировании промышленных маркетинговых экосистем, учитывая роль государства и иных заинтересованных сторон в формировании спроса	Лекции; Лабораторные работы;
УК-1. 1 Анализирует проблемную ситуацию и осуществляет её декомпозицию на отдельные задачи.	
структуру промышленного рынка на макро-, мезо- и микроуровнях; нормативно-правовую среду и государственную промышленную политику РФ;	Лекции; Лабораторные работы; Самостоятельная работа
УК-1. 2 Вырабатывает стратегию решения поставленной задачи (составляет модель, определяет ограничения, вырабатывает критерии, оценивает необходимость дополнительной информации).	
выявлять ключевые проблемы промышленного предприятия в контексте рыночной среды; проводить декомпозицию комплексной маркетинговой задачи на составляющие подзадачи	Лекции; Лабораторные работы; Самостоятельная работа
УК-1. 3 Формирует возможные варианты решения задач.	

формулировать цели и задачи маркетинговой стратегии промышленного предприятия; выбирать оптимальную стратегическую позицию компании в экосистеме (продукт, сервис, платформа, экосистема)	Лекции; Лабораторные работы; Самостоятельная работа

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 3.1

Темы лекций	Часы	Из них в форме практ. подг., час.	Активные формы, час.	Индикаторы достижения компетенций	Учебная деятельность
Семестр: 2					
Дидактическая единица: Теоретические основы промышленного маркетинга и эволюция научных подходов					
1. 1. Основы маркетинга и генезис промышленного маркетинга: от транзакций к экосистемной парадигме	2	0	0	УК-1.1,УК-1.2,УК-1.3	
2. Промышленный рынок и государственная промышленная политика: нормативно-правовая среда и национальные цели развития	2	0	0	УК-1.1,УК-1.2,УК-1.3	Во время лекционных занятий студенты конспектируют основные теоретические положения по теме; отвечают на вопросы, предложенные в тексте лекции; задают вопросы по теме лекции и принимают участие в обсуждении ответов.
Дидактическая единица: Многоуровневая система промышленного маркетинга					
3. Промышленный маркетинг как многоуровневая система: макро-, мезо- и микроуровни. Государство как эндогенный субъект	2	0	0	ПК-1.В/ПТ.2,УК-1.1,УК-1.2,УК-1.3	
4. Цифровизация и платформенная экономика: трансформация промышленных рынков и технологические уклады	2	0	0	ПК-1.В/ПТ.2,ПК-3.В/ПТ.2,УК-1.2,УК-1.3	
Дидактическая единица: Промышленные экосистемы и маркетинг взаимоотношений					
5. Промышленные экосистемы: структура, формирование и модели организации. Мировой опыт	2	0	0	ПК-1.В/ПТ.2,ПК-3.В/ПТ.2,ПК-3.В/ПТ.3	
6. Маркетинг взаимоотношений в промышленных экосистемах: доверие, реляционный капитал и сервитизация	2	0	0	ПК-3.В/ПТ.2,ПК-3.В/ПТ.3	
Дидактическая единица: Стратегическое позиционирование и моделирование промышленных экосистем					
7. Модель промышленной экосистемы: квадродомены и стратегическое позиционирование предприятия	4	0	2	ПК-3.В/ПТ.3	Разработка модели промышленной экосистемы с выделением контура и роли энрегопредприятий в ней

8. Стратегии промышленного маркетинга в условиях технологического суверенитета. Защита проектов	2	0	0	ПК-3.В/ПТ.3	

Темы лабораторных работ	Часы	Из них в форме практ. подг., час.	Активные формы, час.	Индикаторы достижения компетенций	Учебная деятельность
Семестр: 2					
Дидактическая единица: Теоретические основы промышленного маркетинга и эволюция научных подходов					
1. Эволюция теории промышленного маркетинга: от транзакционной модели к экосистемной парадигме	2	2	2	УК-1.1,УК-1.2	Повторение теоретического материала лекции и выполнение практических заданий. Темы заданий: 1. Анализ этапов эволюции промышленного маркетинга. 2. Сравнительный анализ моделей промышленного маркетинга по единице анализа и механизму согласования.
2. Промышленная политика и инструменты формирования спроса: анализ нормативно-правовой базы	2	2	2	УК-1.1,УК-1.2	Повторение теоретического материала лекции и выполнение практических заданий. Темы заданий: 1. Анализ ФЗ "О промышленной политике в РФ". 2. Анализ инструментов промышленной политики: субсидии, СПИК, офсетные контракты, национальные проекты. 3. Роль государственного заказа в формировании промышленного спроса.
Дидактическая единица: Многоуровневая система промышленного маркетинга					

3. Многоуровневая система промышленного маркетинга: анализ ролей субъектов на макро-, мезо- и микроуровнях	2	2	2	ПК-1.В/ПТ.2,УК-1.1,УК-1.2,УК-1.3	Повторение теоретического материала лекции и выполнение практических заданий. Темы заданий: 1. Идентификация субъектов на каждом уровне системы. 2. Анализ взаимодействия государства и предприятий через призму концепции "вторичного продукта". 3. Кейс-анализ роли институтов развития в формировании промышленного спроса.
4. Платформенная экономика и её влияние на промышленные рынки	2	2	2	ПК-1.В/ПТ.2,УК-1.3	Повторение теоретического материала лекции и выполнение практических заданий. Темы заданий: 1. Анализ влияния цифровых платформ на структуру промышленных рынков. 2. Оценка рисков платформенной зависимости для промышленных предприятий. 3. Анализ технологических укладов Индустрии 4.0 и 5.0.
Дидактическая единица: Промышленные экосистемы и маркетинг взаимоотношений					
5. Мировые модели организации промышленных рынков: сравнительный анализ	2	2	2	ПК-1.В/ПТ.2,УК-1.3	Повторение теоретического материала лекции и выполнение практических заданий. Темы заданий: 1. Сравнительный анализ моделей: формирование новых рынков, управляемый рынок, координированное партнёрство, цифровая метасистема. 2. Анализ контрольной модели "защита без дисциплины".

6. Маркетинг взаимоотношений и доверие в промышленных экосистемах	2	2	2	ПК-3.В/ПТ.2,ПК-3.В/ПТ.3	Повторение теоретического материала лекции и выполнение практических заданий. Темы заданий: 1. Анализ реляционного капитала промышленной экосистемы. 2. Оценка уровня доверия между участниками экосистемы. 3. Кейс-анализ сервитизации промышленных предприятий.
Дидактическая единица: Стратегическое позиционирование и моделирование промышленных экосистем					
7. Картирование экосистемы и позиционирование промышленного предприятия	2	2	2	ПК-3.В/ПТ.2,ПК-3.В/ПТ.3	Повторение теоретического материала лекции и выполнение практических заданий. Отработка практических навыков по разработке карты экосистемы. Построение матрицы позиционирования "Уровень соответствия национальным технологическим приоритетам - Степень интеграции в кооперационные цепочки". Работа с СПС "Консультант Плюс".
8. Разработка стратегии промышленного маркетинга предприятия. Защита проектов	4	2	2	ПК-3.В/ПТ.3	Повторение теоретического материала лекции и выполнение практических заданий по теме: "Разработка дорожной карты встраивания промышленного предприятия в экосистему. Презентация и защита групповых проектов".

3.1 Практическая подготовка

Таблица 3.2

№	Темы занятий	Формы организации занятий	Содержание практической подготовки (виды работ)
1	Эволюция теории промышленного маркетинга: от транзакционной модели к экосистемной парадигме	Лб	Выполняет следующие виды работ: повторение теоретического материала лекции и выполнение практических заданий. Темы заданий: 1. Анализ этапов эволюции промышленного маркетинга. 2. Сравнительный анализ моделей промышленного маркетинга по единице анализа и механизму согласования.

2	Промышленная политика и инструменты формирования спроса: анализ нормативно-правовой базы	Лб	Выполняет следующие виды работ:
3	Многоуровневая система промышленного маркетинга: анализ ролей субъектов на макро-, мезо- и микроуровнях	Лб	Выполняет следующие виды работ:
4	Платформенная экономика и её влияние на промышленные рынки	Лб	Выполняет следующие виды работ:
5	Мировые модели организации промышленных рынков: сравнительный анализ	Лб	Выполняет следующие виды работ:
6	Маркетинг взаимоотношений и доверие в промышленных экосистемах	Лб	Выполняет следующие виды работ:
7	Картирование экосистемы и позиционирование промышленного предприятия	Лб	Выполняет следующие виды работ:
8	Разработка стратегии промышленного маркетинга предприятия. Защита проектов	Лб	Выполняет следующие виды работ:

3.2 Самостоятельная работа обучающегося

Таблица 3.3

№	Виды самостоятельной работы	Индикаторы достижения компетенций	Часы на выполнение	Часы на консультации
Семестр: 2				
1	РГЗ/Реферат	УК-1.2,УК-1.3	32	2
: Белова, Н. Н. Практикум по промышленному маркетингу : учебное пособие / Н. Н. Белова. — Воронеж : ВГУ, 2017. — 31 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/154887 (дата обращения: 30.09.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.				
2	Подготовка к занятиям	УК-1.1,УК-1.2	16	0
: Белова, Н. Н. Практикум по промышленному маркетингу : учебное пособие / Н. Н. Белова. — Воронеж : ВГУ, 2017. — 31 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/154887 (дата обращения: 30.09.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.				
3	Дополнительная учебная деятельность	УК-1.1,УК-1.2, УК-1.3	10	0
: Белова, Н. Н. Практикум по промышленному маркетингу : учебное пособие / Н. Н. Белова. — Воронеж : ВГУ, 2017. — 31 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/154887 (дата обращения: 30.09.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.				
4	Подготовка к аттестации	УК-1.1,УК-1.2, УК-1.3	10	0
: Белова, Н. Н. Практикум по промышленному маркетингу : учебное пособие / Н. Н. Белова. — Воронеж : ВГУ, 2017. — 31 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/154887 (дата обращения: 30.09.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.				

3.3 Технология обучения

Для организации и контроля самостоятельной работы обучающихся, а также проведения консультаций применяются информационно-коммуникационные технологии (табл. 3.4).

Таблица 3.4

Деятельность	Информационно-коммуникационные технологии
Информирование	e-mail:otvagina@corp.nstu.ru; Среда электронного обучения НГТУ

4. Правила аттестации обучающихся по дисциплине

Для аттестации обучающихся по дисциплине используется балльно-рейтинговая система (БРС), позволяющая выставлять оценки по традиционной шкале и 15-уровневой ECTS. Краткая информация о БРС приведена в табл. 4.1.

Таблица 4.1

Оцениваемые виды деятельности обучающихся	Мин. балл	Максимальный балл
Семестр: 2		
Подготовка к занятиям:	0	
Лекция:	5	15
Практические занятия:	10	25
РГЗ/Реферат:	20	35
Зачет:	15	25

В таблице 4.2 представлено соответствие форм контроля заявляемым требованиям к результатам освоения дисциплины.

Таблица 4.2

Коды компетенций	Индикаторы достижения компетенций	Формы контроля	
		Защита РГЗ/Р	Зачет
ПК-1.В/ПТ	ПК-1.В/ПТ 2. Умеет решать профессиональные задачи на предприятиях и в организациях профильной отрасли своего региона.	+	+
ПК-3.В/ПТ	ПК-3.В/ПТ 2. Формулирует техническое задание для реализации проекта	+	+
	ПК-3.В/ПТ 3. Демонстрирует знания объектов профессиональной деятельности	+	+
УК-1	УК-1 1. Анализирует проблемную ситуацию и осуществляет её декомпозицию на отдельные задачи.	+	+
	УК-1 2. Вырабатывает стратегию решения поставленной задачи (составляет модель, определяет ограничения, вырабатывает критерии, оценивает необходимость дополнительной информации).	+	+
	УК-1 3. Формирует возможные варианты решения задач.	+	+

Фонд оценочных средств по дисциплине представлен в приложении № 1 к рабочей программе.

5. Литература

Основная литература

1. Чертыковцев, В. К. Маркетинг : учебник для вузов / В. К. Чертыковцев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Санкт-Петербург : Лань, 2025. — 248 с. — ISBN 978-5-507-51925-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/462350 (дата обращения: 30.09.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература

1. Гехаева, П. Т. Маркетинг : учебное пособие / П. Т. Гехаева. — Грозный : ЧГУ им. А.А. Кадырова, 2025. — 136 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/525947 (дата обращения: 30.09.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Интернет-ресурсы

1. Маркетинг и маркетинговые исследования : международный научно-практический журнал / Первое экономическое издательство : сайт. – 2026 – ISSN 2074?5095 (print), 2618?8872 (online). – URL: https://1economic.ru/journals/marketing (дата обращения: 02.10.2026). – Текст : электронный.

6. Методическое и программное обеспечение, информационные технологии

6.1 Методическое обеспечение

1. Белова, Н. Н. Практикум по промышленному маркетингу : учебное пособие / Н. Н. Белова. — Воронеж : ВГУ, 2017. — 31 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/154887 (дата обращения: 30.09.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

6.2 Специализированное программное обеспечение

Использование специализированного программного обеспечения для изучения дисциплины не требуется

6.3 Информационные технологии

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине применяются элементы дистанционных образовательных технологий, а также синхронного и асинхронного взаимодействия в электронной информационно-образовательной среды НГТУ.

7. Материально-техническое обеспечение

Компьютерный класс

№	Наименование	Назначение
1	Компьютерный класс (Компьютеры объединены в локальную сеть с выходом в Internet)	Компьютеры объединены в локальную сеть с выходом в Internet