

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
"РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РАДИОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ В.Ф. УТКИНА"**

СОГЛАСОВАНО
Зав. выпускающей кафедры

УТВЕРЖДАЮ

Комплекс маркетинга в инновационной сфере
рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Экономики, менеджмента и организации производства**

Учебный план 27.03.05_26_00.plx
27.03.05 Инноватика

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>. <Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
Неделя	16			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	24	24	24	24
Практические	24	24	24	24
Иная контактная работа	0,35	0,35	0,35	0,35
Консультирование перед экзаменом и практикой	2	2	2	2
Итого ауд.	50,35	50,35	50,35	50,35
Контактная работа	50,35	50,35	50,35	50,35
Сам. работа	49	49	49	49
Часы на контроль	44,65	44,65	44,65	44,65
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):

к.э.н., доц., Соловьева Ирина Павловна

Рабочая программа дисциплины

Комплекс маркетинга в инновационной сфере

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 27.03.05 Инноватика (приказ Минобрнауки России от 31.07.2020 г. № 870)

составлена на основании учебного плана:

27.03.05 Инноватика

утвержденного учёным советом вуза от 24.04.2026 протокол № 10.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от 28.04.2026 г. № 8

Срок действия программы: 2026-2030 уч.г.

Зав. кафедрой Евдокимова Елена Николаевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от _____ 2027 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры
Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от _____ 2028 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2029-2030 учебном году на заседании кафедры
Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от _____ 2029 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2030-2031 учебном году на заседании кафедры

Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от _____ 2030 г. № ____

Зав. кафедрой _____

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Целью изучения дисциплины является овладение студентами знаниями и умениями в области маркетинга в инновационной сфере.
1.2	Задачами освоения дисциплины являются:
1.3	изучить сущность комплекса маркетинга;
1.4	изучить методы проведения маркетинговых исследований в инновационной сфере;
1.5	рассмотреть маркетинговые подходы к формированию ассортиментной политики и ценообразованию, стимулированию сбыта, маркетинговым коммуникациям предприятия.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Знания полученные при изучении экономических и управленческих дисциплин.
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Организационно-управленческая практика
2.2.2	Стратегическое управление инновациями
2.2.3	Управление продуктом
2.2.4	Управление разработкой и внедрением нового продукта
2.2.5	Защита интеллектуальной собственности инновационного проекта
2.2.6	Инструменты финансирования инновационной деятельности
2.2.7	Патентный поиск
2.2.8	Экспериментально-исследовательская работа
2.2.9	Выполнение, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.10	Оценка и управление стоимостью инновационного бизнеса
2.2.11	Преддипломная практика

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-1: Способен организовывать и выполнять патентный поиск, подготавливать и реализовывать меры защиты интеллектуальной собственности	
ПК-1.3. Проводит выбор приоритетных направлений, стоимостную оценку, поиск источников финансирования, маркетинговое сопровождение, а также разработку бизнес-планов трансфера технологий и коммерциализации прав на результаты интеллектуальной деятельности в области науки и техники и средств индивидуализации	
Знать методы проведения рыночных исследований, анализа целевой аудитории и конкурентной среды Уметь применять классическую концепцию(4P) и адаптировать ее для наукоемкого бизнеса Владеть методами проведением маркетинговых исследований навыками продвижения высокотехнологичных продуктов	

ПК-2: Способен принимать участие в проведении научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок	
ПК-2.1. Проводит маркетинговые исследования научно-технической информации, сбор, обработку, анализ и обобщение передового отечественного и международного опыта, готовит предложения для составления планов и методических программ исследования и разработок в соответствующей области знаний	

Знать

сущность и методы проведения маркетинговых исследований в инновационной сфере;
 методы сбора и обработки маркетинговой информации;
 методы анализа и планирования ассортимента;
 виды и методы реализации маркетинговых коммуникаций;
 методы анализа поведения потребителей;
 методы разработки маркетинговой стратегии предприятия;
 принципы сегментирования рынка.

Уметь

проводить маркетинговые исследования научно-технической информации;
 собирать данные и разрабатывать программы по стимулированию сбыта инновационной продукции;
 собирать данные и владеть методами формирования и планирования ассортимента;
 собирать данные и анализировать поведение потребителей;
 пользоваться различными источниками информации, анализировать собранные данные.

Владеть

методами сбора научно-технической информации;
 методами проведения маркетинговых исследований в инновационной сфере;
 методами разработки программ по стимулированию сбыта инновационной продукции.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	сущность и методы проведения маркетинговых исследований в инновационной сфере, методы сбора и обработки маркетинговой информации, методы анализа и планирования ассортимента, виды и методы реализации маркетинговых коммуникаций, методы анализа поведения потребителей, методы разработки маркетинговой стратегии предприятия, принципы сегментирования рынка.
3.2	Уметь:
3.2.1	проводить маркетинговые исследования научно-технической информации, собирать данные и разрабатывать программы по стимулированию сбыта инновационной продукции, собирать данные и владеть методами формирования и планирования ассортимента, собирать данные и анализировать поведение потребителей, пользоваться различными источниками информации, анализировать собранные данные. .
3.3	Владеть:
3.3.1	методами сбора научно-технической информации, методами проведения маркетинговых исследований в инновационной сфере, методами разработки программ по стимулированию сбыта инновационной продукции.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Форма контроля
	Раздел 1. Понятие и сущность маркетинга в инновационной сфере.					
1.1	Понятие и сущность маркетинга в инновационной сфере. /Тема/	5	0			
1.2	Понятие и сущность маркетинга. История и эволюция маркетинга. Маркетинг в инновационной сфере. /Лек/	5	2	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-1.3-3 ПК-1.3-У	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	Контрольные вопросы. Экзамен.
1.3	Понятие и сущность маркетинга. История и эволюция маркетинга. Разбор и обсуждение различных подходов к определению маркетинга. Особенности маркетинга в инновационной сфере. /Пр/	5	2	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-2.1-В ПК-1.3-3 ПК-1.3-У ПК-1.3-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	Задачи по теме, кейс.
1.4	Изучение конспекта лекции, работа с обозначенными источниками информации. /Ср/	5	6	ПК-2.1-3 ПК-1.3-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	Контрольные вопросы. Экзамен.
1.5	Сегментирование рынка. /Тема/	5	0			

1.6	Определение и классификация потребностей. Процесс принятия решения о покупке. Сегментирование рынка. /Лек/	5	2	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-2.1-В ПК-1.3-3 ПК-1.3-У	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	Контрольные вопросы. Экзамен.
1.7	Изучение методов определения потребностей. Изучение и обсуждение практического кейса по изучению процесса принятия решения о покупке. /Пр/	5	2	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-2.1-В ПК-1.3-3 ПК-1.3-У ПК-1.3-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	Задачи по теме.
1.8	Изучение конспекта лекции, работа с обозначенными источниками информации. /Ср/	5	6	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-1.3-3 ПК-1.3-У	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	Контрольные вопросы. Экзамен.
	Раздел 2. Понятие, виды и методы проведения маркетинговых исследований в инновационной сфере.					
2.1	Понятие, виды и методы проведения маркетинговых исследований в инновационной сфере. /Тема/	5	0			
2.2	Понятие и виды маркетинговых исследований. Цели маркетинговых исследований. Понятие управленческой, маркетинговой и научно-технической информации. Классификация видов информации. Источники информации. Вторичная и первичная информация, достоинства и недостатки. Методы проведения маркетинговых исследований. Виды качественных и количественных исследований. Анализ данных маркетингового исследования в инновационной сфере. /Лек/	5	10	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-1.3-3 ПК-1.3-У	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	Зачет
2.3	Изучение и обсуждение практических примеров маркетинговых исследований. Выполнение практического задания по проведению маркетингового исследования. /Пр/	5	10	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-2.1-В ПК-1.3-3 ПК-1.3-У ПК-1.3-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	Задачи по теме, кейс.
2.4	Изучение конспекта лекции, работа с обозначенными источниками информации. /Ср/	5	12	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-1.3-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	Контрольные вопросы. Экзамен.
	Раздел 3. Товарная и ценовая политика предприятия.					
3.1	Товарная и ценовая политика предприятия. /Тема/	5	0			
3.2	Товарная политика предприятия. Маркетинговое понимание товара. Качество и конкурентоспособность товаров. Конкурентные преимущества товара. /Лек/	5	2	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-1.3-3 ПК-1.3-У	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	Контрольные вопросы. Экзамен.
3.3	Изучение практического кейса. /Пр/	5	2	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-2.1-В ПК-1.3-3 ПК-1.3-У ПК-1.3-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	Задачи по теме, кейс.

3.4	Изучение конспекта лекции, работа с обозначенными источниками информации. /Ср/	5	6	ПК-2.1-3 ПК-1.3-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	Контрольные вопросы. Экзамен.
3.5	Ценовая политика предприятия.Цена и ее виды.Этапы процесса ценообразования.Цели ценообразования. Возможные ценовые стратегии.Соотношение понятий цена и ценность товара. /Лек/	5	2	ПК-2.1-3 ПК-1.3-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	Контрольные вопросы. Экзамен.
3.6	Практическое задание на предмет ценообразования. /Пр/	5	2	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-2.1-В ПК-1.3-3 ПК-1.3-У ПК-1.3-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	Задачи по теме.
3.7	Изучение конспекта лекции, работа с обозначенными источниками информации. /Ср/	5	4	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-1.3-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	Контрольные вопросы. Экзамен.
	Раздел 4. Сбытовая деятельность предприятия.					
4.1	Сбытовая деятельность предприятия. /Тема/	5	0			
4.2	Сбытовая деятельность предприятия.Понятие и роль сбыта в комплексе маркетинга. Маркетинговый канал сбыта товаров, его функции. Современные тенденции развития каналов товародвижения. Особенности распространения товаров производственного назначения и потребительских товаров.Структура и уровни каналов товародвижения. Маркетинг в каналах товародвижения. Конфликты в каналах товародвижения. /Лек/	5	2	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-1.3-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	Контрольные вопросы. Экзамен.
4.3	Практическое задание по выбору и построению маркетингового канала сбыта для определенного предприятия. /Пр/	5	2	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-2.1-В ПК-1.3-3 ПК-1.3-У ПК-1.3-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	Задачи по теме.
4.4	Изучение конспекта лекции, работа с обозначенными источниками информации. /Ср/	5	6	ПК-2.1-3 ПК-1.3-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	Контрольные вопросы. Экзамен.
	Раздел 5. Коммуникационная политика предприятия.					
5.1	Коммуникационная политика предприятия. /Тема/	5	0			
5.2	Коммуникационная политика предприятия.Теория коммуникации. Виды и цели продвижения. Средства маркетинговых коммуникаций.Реклама и ее виды. Этапы разработки рекламной кампании. Методы расчета эффективности рекламы. Сущность понятия Связи с общественностью. /Лек/	5	2	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-1.3-3 ПК-1.3-У	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	Контрольные вопросы. Экзамен.

5.3	Практическое задание по разработке рекламной кампании и расчету ее эффективности. /Пр/	5	2	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-2.1-В ПК-1.3-3 ПК-1.3-У	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	Задачи по теме.
5.4	Изучение конспекта лекции. /Ср/	5	6	ПК-2.1-3 ПК-1.3-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	Контрольные вопросы. Экзамен.
	Раздел 6. Планирование маркетинговой деятельности на предприятии.					
6.1	Планирование маркетинговой деятельности на предприятии. /Тема/	5	0			
6.2	Планирование маркетинговой деятельности на предприятии. Стратегическое планирование и его этапы. Маркетинговые стратегии организации. Содержание и этапы разработки плана маркетинга предприятия. /Лек/	5	2	ПК-2.1-3 ПК-1.3-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	Контрольные вопросы. Экзамен.
6.3	Практическое задание по составлению плана маркетинга предприятия. /Пр/	5	2	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-2.1-В ПК-1.3-3 ПК-1.3-У ПК-1.3-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	Задачи по теме.
6.4	Изучение конспекта лекции. /Ср/	5	3	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-2.1-В ПК-1.3-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	Контрольные вопросы. Экзамен.
	Раздел 7. Промежуточная аттестация					
7.1	Экзамен /Тема/	5	0			
7.2	Консультация /Кнс/	5	2	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-2.1-В ПК-1.3-3 ПК-1.3-У ПК-1.3-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2	Контрольные вопросы
7.3	Сдача экзамена /ИКР/	5	0,35	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-2.1-В ПК-1.3-3 ПК-1.3-У ПК-1.3-В	Л1.6Л2.1 Э1 Э2	Опрос, тестирование
7.4	Подготовка к экзамену /Экзамен/	5	44,65	ПК-2.1-3 ПК-2.1-У ПК-2.1-В ПК-1.3-3 ПК-1.3-У ПК-1.3-В	Л1.6 Э1 Э2	Контрольные вопросы. Экзамен.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Оценочные материалы приведены в приложении к рабочей программе дисциплины (см. документ "Оценочные материалы по дисциплине "Комплекс маркетинга в инновационной сфере").

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература				
№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество/название ЭБС
Л1.1	Пичурин И. И., Обухов О. В., Эриашвили Н. Д.	Основы маркетинга. Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «коммерция (торговое дело)», «маркетинг»	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012, 383 с.	978-5-238-02090-7, http://www.iprbookshop.ru/8110.html
Л1.2	Романов А. А., Басенко В. П., Дианова В. А.	Маркетинговые исследования : учебное пособие	Краснодар: Южный институт менеджмента, 2008, 174 с.	2227-8397, http://www.iprbookshop.ru/10406.html
Л1.3	Эриашвили Н. Д., Коротков А. В., Синяева И. М.	Управление маркетингом : учебное пособие	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012, 463 с.	5-238-00883-X, http://www.iprbookshop.ru/10488.html
Л1.4	Коротков А. В.	Маркетинговые исследования : учебное пособие	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012, 304 с.	5-238-00810-4, http://www.iprbookshop.ru/10519.html
Л1.5	Синяева И. М.	Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012, 504 с.	978-5-238-02309-0, http://www.iprbookshop.ru/10522.html
Л1.6	Усанькова Е. А.	Маркетинг инноваций : учебное пособие	Новосибирск: СГУГиТ, 2023, 40 с.	978-5-907513-99-0, https://e.lanbook.com/book/393668
6.1.2. Дополнительная литература				
№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество/название ЭБС
Л2.1	Невоструев П. Ю.	Маркетинг и маркетинговые исследования : учебное пособие	Москва: Евразийский открытый институт, 2011, 48 с.	978-5-374-00574-5, http://www.iprbookshop.ru/10711.html
Л2.2	Данченко Л. А., Иванова А. Г., Ласковец С. В., Маркова М. В.	Маркетинговое ценообразование и анализ цен : учебное пособие	Москва: Евразийский открытый институт, 2008, 180 с.	978-5-374-00225-6, http://www.iprbookshop.ru/10713.html
Л2.3	Туркин В. С.	Методы обработки маркетинговой информации : учебное пособие	Москва: Евразийский открытый институт, Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2005, 245 с.	2227-8397, http://www.iprbookshop.ru/10722.html
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
Э1	Электронно-библиотечная система IRPbooks [электронный ресурс]. - Режим доступа: доступ из корпоративной сети РГРТУ - свободный, доступ из сети интернет- по паролю. - URL: https://www.iprbookshop.ru/			
Э2	Электронная библиотека РГРТУ [электронный ресурс]. - Режим доступа: доступ из корпоративной сети РГРТУ - по паролю. - URL: http://elib.rsreu.ru/			

6.3 Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**6.3.1 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства**

Наименование	Описание
Kaspersky Endpoint Security	Коммерческая лицензия
Adobe Acrobat Reader	Свободное ПО
LibreOffice	Свободное ПО
OpenOffice	Свободное ПО

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Система КонсультантПлюс http://www.consultant.ru
6.3.2.2	Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ http://www.garant.ru

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1	404 учебно-административный корпус. Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного и семинарского типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Специализированная мебель (120 мест), мультимедийное оборудование, экран, компьютер, доска.
2	414 учебно-административный корпус. Помещение для самостоятельной работы Специализированная мебель (40 посадочных мест), магнитно-маркерная доска, экран. Мультимедийный проектор (NEC AOC 2050W) ПК: Intel Pentium G620/4Gb – 13 шт Возможность подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ
3	440 учебно-административный корпус. Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного и семинарского типа, лабораторных работ, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Специальная мебель (28 посадочных мест), 14 компьютеров с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ, мультимедиа проектор, экран, доска.
4	448 учебно-административный корпус. Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного и семинарского типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Специализированная мебель (100 мест), мультимедийное оборудование, экран, компьютер, доска
5	206-1 учебно-административный корпус. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 42 мест, 1 ПК: ЦП: Intel i7 6700 ОЗУ: 8 Гб ПЗУ: 120Gb ssd + 500 Гб (1 шт. преподавательский) Телевизор: PHILIPS U7PEL4606H/60 документ-камера: AVER Media POB3 (AverVision 330) документ-камера: AverVisionF33 POE7D;

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Методическое обеспечение дисциплины приведено в приложении к рабочей программе дисциплины (см. документ "Методические указания дисциплины "Комплекс маркетинга в инновационной сфере").

Оператор ЭДО ООО "Компания "Тензор"

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

ПОДПИСАНО
ЗАВЕДУЮЩИМ
КАФЕДРЫ**ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ**, Евдокимова Елена Николаевна,
Заведующий кафедрой ЭМОП

Простая подпись

ПОДПИСАНО
ЗАВЕДУЮЩИМ
ВЫПУСКАЮЩЕЙ
КАФЕДРЫ**ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ**, Евдокимова Елена Николаевна,
Заведующий кафедрой ЭМОП

Простая подпись