

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\_25\_00.plx  
27.03.05 Инноватика

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

**Распределение часов дисциплины по семестрам**

| Семестр<br>(<Курс>. <Семестр<br>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<br>работа                          | 0,35    | 0,35  | 0,35  | 0,35  |
| Консультирование<br>перед экзаменом и<br>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 29.11.2024 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Экономики, менеджмента и организации производства**

Протокол от 18.12.2024 г. № 5

Срок действия программы: 20252029 уч.г.

Зав. кафедрой Евдокимова Елена Николаевна

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  
исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры  
**Экономики, менеджмента и организации производства**

Протокол от \_\_\_\_\_ 2025 г. № \_\_\_\_

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  
исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры  
**Экономики, менеджмента и организации производства**

Протокол от \_\_\_\_\_ 2026 г. № \_\_\_\_

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

---

---

**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 \_\_\_\_\_

| 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                                                                                                                  |
| <b>2.1</b>                                                         | <b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>                                                          |
| 2.1.1                                                              | Знания полученные при изучении экономических и управленческих дисциплин.                                              |
| <b>2.2</b>                                                         | <b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b> |
| 2.2.1                                                              | Управление разработкой и внедрением нового продукта                                                                   |
| 2.2.2                                                              | Организационно-управленческая практика                                                                                |
| 2.2.3                                                              | Преддипломная практика                                                                                                |
| 2.2.4                                                              | Выполнение, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы                                  |
| 2.2.5                                                              | Экспериментально-исследовательская работа                                                                             |
| 2.2.6                                                              | Управление продуктом                                                                                                  |

| 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <b>ПК-2: Способен принимать участие в проведении научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  |
| <b>ПК-2.1. Проводит маркетинговые исследования научно-технической информации</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
| <p><b>Знать</b><br/>сущность и методы проведения маркетинговых исследований в инновационной сфере;<br/>методы сбора и обработки маркетинговой информации;<br/>методы анализа и планирования ассортимента;<br/>виды и методы реализации маркетинговых коммуникаций;<br/>методы анализа поведения потребителей;<br/>методы разработки маркетинговой стратегии предприятия;<br/>принципы сегментирования рынка.</p> <p><b>Уметь</b><br/>проводить маркетинговые исследования научно-технической информации;<br/>собирать данные и разрабатывать программы по стимулированию сбыта инновационной продукции;<br/>собирать данные и владеть методами формирования и планирования ассортимента;<br/>собирать данные и анализировать поведение потребителей;<br/>пользоваться различными источниками информации, анализировать собранные данные.</p> <p><b>Владеть</b><br/>методами сбора научно-технической информации;<br/>методами проведения маркетинговых исследований в инновационной сфере;<br/>методами разработки программ по стимулированию сбыта инновационной продукции.</p> |  |

**В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен**

|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>3.1</b> | <b>Знать:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 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.                      |
| <b>3.2</b> | <b>Уметь:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 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. . |
| <b>3.3</b> | <b>Владеть:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 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                   |
|                                               | <b>Раздел 1. Понятие и сущность маркетинга в инновационной сфере.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                |       |                                  |                                                                  |                                  |
| 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<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5<br>Л1.6Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Контрольные вопросы.<br>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<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5<br>Л1.6Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Задачи по теме, кейс.            |
| 1.4                                           | Изучение конспекта лекции, работа с обозначенными источниками информации. /Ср/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 5              | 6     | ПК-2.1-3<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5<br>Л1.6Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Контрольные вопросы.<br>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<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5<br>Л1.6Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Контрольные вопросы.<br>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<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5<br>Л1.6Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Задачи по теме.                  |
| 1.8                                           | Изучение конспекта лекции, работа с обозначенными источниками информации. /Ср/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 5              | 6     | ПК-2.1-3<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5<br>Л1.6Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Контрольные вопросы.<br>Экзамен. |
|                                               | <b>Раздел 2. Понятие, виды и методы проведения маркетинговых исследований в инновационной сфере.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                |       |                                  |                                                                  |                                  |
| 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<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5<br>Л1.6Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>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-З<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5<br>Л1.6Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Задачи по теме, кейс.         |
| 2.4 | Изучение конспекта лекции, работа с обозначенными источниками информации. /Ср/                                                                                                 | 5 | 12 | ПК-2.1-З<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5<br>Л1.6Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Контрольные вопросы. Экзамен. |
|     | <b>Раздел 3. Товарная и ценовая политика предприятия.</b>                                                                                                                      |   |    |                                  |                                                                  |                               |
| 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-З<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5<br>Л1.6Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Контрольные вопросы. Экзамен. |
| 3.3 | Изучение практического кейса. /Пр/                                                                                                                                             | 5 | 2  | ПК-2.1-З<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5<br>Л1.6Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Задачи по теме, кейс.         |
| 3.4 | Изучение конспекта лекции, работа с обозначенными источниками информации. /Ср/                                                                                                 | 5 | 6  | ПК-2.1-З<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5<br>Л1.6Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>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-З<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5<br>Л1.6Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Контрольные вопросы. Экзамен. |
| 3.6 | Практическое задание на предмет ценообразования. /Пр/                                                                                                                          | 5 | 2  | ПК-2.1-З<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5<br>Л1.6Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Задачи по теме.               |
| 3.7 | Изучение конспекта лекции, работа с обозначенными источниками информации. /Ср/                                                                                                 | 5 | 4  | ПК-2.1-З<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5<br>Л1.6Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Контрольные вопросы. Экзамен. |
|     | <b>Раздел 4. Сбытовая деятельность предприятия.</b>                                                                                                                            |   |    |                                  |                                                                  |                               |
| 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<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5<br>Л1.6Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Контрольные вопросы.<br>Экзамен. |
| 4.3 | Практическое задание по выбору и построению маркетингового канала сбыта для определенного предприятия. /Пр/                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 5 | 2 | ПК-2.1-3<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5<br>Л1.6Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Задачи по теме.                  |
| 4.4 | Изучение конспекта лекции, работа с обозначенными источниками информации. /Ср/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 5 | 6 | ПК-2.1-3<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5<br>Л1.6Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Контрольные вопросы.<br>Экзамен. |
|     | <b>Раздел 5. Коммуникационная политика предприятия.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |   |   |                                  |                                                                  |                                  |
| 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<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5<br>Л1.6Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Контрольные вопросы.<br>Экзамен. |
| 5.3 | Практическое задание по разработке рекламной кампании и расчету ее эффективности. /Пр/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 5 | 2 | ПК-2.1-3<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5<br>Л1.6Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Задачи по теме.                  |
| 5.4 | Изучение конспекта лекции. /Ср/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 5 | 6 | ПК-2.1-3<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5<br>Л1.6Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Контрольные вопросы.<br>Экзамен. |
|     | <b>Раздел 6. Планирование маркетинговой деятельности на предприятии.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |   |   |                                  |                                                                  |                                  |
| 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<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5<br>Л1.6Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Контрольные вопросы.<br>Экзамен. |
| 6.3 | Практическое задание по составлению плана маркетинга предприятия. /Пр/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 5 | 2 | ПК-2.1-3<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5<br>Л1.6Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Задачи по теме.                  |

|     |                                           |   |       |                                  |                                                                  |                                     |
|-----|-------------------------------------------|---|-------|----------------------------------|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 6.4 | Изучение конспекта лекции. /Ср/           | 5 | 3     | ПК-2.1-3<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5<br>Л1.6Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Контрольные<br>вопросы.<br>Экзамен. |
|     | <b>Раздел 7. Промежуточная аттестация</b> |   |       |                                  |                                                                  |                                     |
| 7.1 | Экзамен /Тема/                            | 5 | 0     |                                  |                                                                  |                                     |
| 7.2 | Консультация /Кнс/                        | 5 | 2     | ПК-2.1-3<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5<br>Л1.6Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Контрольные<br>вопросы              |
| 7.3 | Сдача экзамена /ИКР/                      | 5 | 0,35  | ПК-2.1-3<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.6Л2.1<br>Э1 Э2                                                | Опрос,<br>тестирование              |
| 7.4 | Подготовка к экзамену /Экзамен/           | 5 | 44,65 | ПК-2.1-3<br>ПК-2.1-У<br>ПК-2.1-В | Л1.6<br>Э1 Э2                                                    | Контрольные<br>вопросы.<br>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/<br>название<br>ЭБС                                                                                |
|------|------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Л1.1 | Пичурин И. И.,<br>Обухов О. В.,<br>Эриашвили Н. Д.   | Основы маркетинга. Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «коммерция (торговое дело)», «маркетинг» | Москва:<br>ЮНИТИ-ДАНА, 2012,<br>383 с.                    | 978-5-238-02090-7,<br><a href="http://www.iprbookshop.ru/8110.html">http://www.iprbookshop.ru/8110.html</a>   |
| Л1.2 | Романов А. А.,<br>Басенко В. П.,<br>Дианова В. А.    | Маркетинговые исследования : учебное пособие                                                                                                       | Краснодар:<br>Южный институт менеджмента,<br>2008, 174 с. | 2227-8397,<br><a href="http://www.iprbookshop.ru/10406.html">http://www.iprbookshop.ru/10406.html</a>         |
| Л1.3 | Эриашвили Н. Д.,<br>Коротков А. В.,<br>Синяева И. М. | Управление маркетингом : учебное пособие                                                                                                           | Москва:<br>ЮНИТИ-ДАНА, 2012,<br>463 с.                    | 5-238-00883-X,<br><a href="http://www.iprbookshop.ru/10488.html">http://www.iprbookshop.ru/10488.html</a>     |
| Л1.4 | Коротков А. В.                                       | Маркетинговые исследования : учебное пособие                                                                                                       | Москва:<br>ЮНИТИ-ДАНА, 2012,<br>304 с.                    | 5-238-00810-4,<br><a href="http://www.iprbookshop.ru/10519.html">http://www.iprbookshop.ru/10519.html</a>     |
| Л1.5 | Синяева И. М.                                        | Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник                                                                                               | Москва:<br>ЮНИТИ-ДАНА, 2012,<br>504 с.                    | 978-5-238-02309-0,<br><a href="http://www.iprbookshop.ru/10522.html">http://www.iprbookshop.ru/10522.html</a> |



| №    | Авторы, составители | Заглавие                              | Издательство, год                | Количество/название ЭБС                                                                                 |
|------|---------------------|---------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Л1.6 | Усенькова Е. А.     | Маркетинг инноваций : учебное пособие | Новосибирск: СГУГиТ, 2023, 40 с. | 978-5-907513-99-0,<br><a href="https://e.lanbook.com/book/393668">https://e.lanbook.com/book/393668</a> |

### 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,<br><a href="http://www.iprbookshop.ru/10711.html">http://www.iprbookshop.ru/10711.html</a> |
| Л2.2 | Данченко Л. А.,<br>Иванова А. Г.,<br>Ласковец С. В.,<br>Маркова М. В. | Маркетинговое ценообразование и анализ цен : учебное пособие | Москва: Евразийский открытый институт, 2008, 180 с.                                                                             | 978-5-374-00225-6,<br><a href="http://www.iprbookshop.ru/10713.html">http://www.iprbookshop.ru/10713.html</a> |
| 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,<br><a href="http://www.iprbookshop.ru/10722.html">http://www.iprbookshop.ru/10722.html</a>         |

### 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: <a href="https://www.iprbookshop.ru/">https://www.iprbookshop.ru/</a> |
| Э2 | Электронная библиотека РГРТУ [электронный ресурс]. - Режим доступа: доступ из корпоративной сети РГРТУ - по паролю. - URL: <a href="http://elib.rsreu.ru/">http://elib.rsreu.ru/</a>                                                             |

### 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 | Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ <a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a> |
| 6.3.2.2 | Система КонсультантПлюс <a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>         |

## 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.<br>Мультимедийный проектор (NEC AOC 2050W)<br>ПК: Intel Pentium G620/4Gb – 13 шт<br>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 места), 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,<br>1 ПК:<br>ЦП: Intel Pentium 4 class 3200<br>ОЗУ: 1 Гб<br>ПЗУ: 80 Гб<br>Телевизор: PHILIPS U7PEL4606H/60<br>документ-камера: AVER Media POB3 (AverVision 330)                                                                                                   |

#### 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

ПОДПИСАНО ЗАМ.  
НАЧАЛЬНИКОМ УРОП

**ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ**, Галицына Марина Александровна,  
Заместитель начальника УРОП

Простая подпись