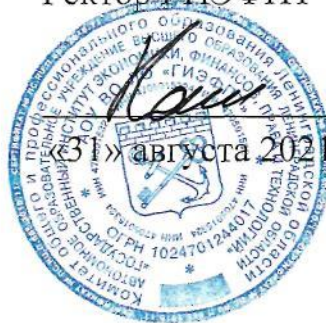


Автономное образовательное учреждение  
высшего образования Ленинградской области  
«Государственный институт экономики, финансов, права и технологий»

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор ГИЭФПТ



В.Р. Ковалев

г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ»

Направление подготовки  
**38.03.02 Менеджмент**  
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) образовательной программы  
Маркетинг

Форма обучения  
очная

Гатчина  
2021

Рабочая программа по дисциплине «Маркетинг инноваций» разработана на основе актуализированного Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент направленность (профиль) подготовки – Маркетинг

Уровень: бакалавриат

Организация-разработчик: АОУ ВО ЛО «Государственный институт экономики, финансов, права и технологий»

Разработчик: д.э.н., доцент, профессор кафедры маркетинга /Левизов В. А.

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры маркетинга «6» мая 2021 г. Протокол №10.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / В.А. Левизов  
Руководитель ОП \_\_\_\_\_ / В.А. Левизов

## Содержание

1. Пояснительная записка .....	4
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы .....	4
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся .....	4
5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий .....	6
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) .....	8
7. Фонд оценочных и методических материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине .....	9
8. Перечень основной, дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) .....	11
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) .....	13
10. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья .....	16
11. Перечень информационных технологий, профессиональных баз данных, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем .....	16
12. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) .....	17

## 1. Пояснительная записка

Дисциплина «Маркетинг инноваций» занимает важное место при подготовке бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент».

Выживание на рынке требует постоянного создания и успешного внедрения на рынок новых товаров и услуг. Для сферы Маркетинга особенно важным является успешное использование инновационных бизнес – моделей.

Целями освоения дисциплины «Маркетинг инноваций» является расширение знаний и приобретение умений в области продвижения инноваций; изучение особенностей маркетинга в инновационной сфере; формирование навыков применения современных методик маркетинга инновационных продуктов.

Задачи дисциплины:

1. Ознакомление студентов с особенностями государственного стимулирования инновационной сферы;
2. Сформировать навыки применения теории решения изобретательских задач;
3. Способствовать развитию у студентов способностей по самостоятельной работе с литературными источниками, а также навыков творческого мышления.

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

Дисциплина «Маркетинг инноваций» участвует в формировании следующей компетенции (следующих компетенций):

Компетенции	Индикаторы	Дескрипторы
ПК-6 Способен разрабатывать и внедрять продуктовые и технологические инновации	ПК-6.1. Применяет современные методы и принципы организации процесса создания инноваций	<b>Знания:</b> Цепи создания ценности при разработке инноваций <b>Умения:</b> Определять области, требующие приоритетного исследования при разработке продуктовых и технологических инноваций <b>Навыки:</b> применения элементов теории решения изобретательских задач при создании инноваций.

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Общая трудоемкость освоения учебной дисциплины «Маркетинг инноваций» составляет 3 зачетных единиц или 108 академических часа.

<b>Шифр компетенции</b>	<b>Предшествующие дисциплины (модули), практики учебного плана, в которых осваивается компетенция</b>	<b>Дисциплины (модули), практики учебного плана, в которых компетенция осваивается параллельно с изучаемой дисциплиной</b>	<b>Последующие дисциплины (модули), практики учебного плана, в которых осваивается компетенция</b>
ПК-6	Управление операциями (5 семестр)	Производственная практика (технологическая (проектно-технологическая) практика) (6 семестр)	Цифровой маркетинг (7 семестр) Производственная практика (преддипломная практика) (8 семестр)

Семестр		№ семестра 6	Всего, ак. часов
Общая трудоемкость (всего ак. часов / з.ед)		108/3	108/3
Контактная работа	Лекции	30	30
	Практические занятия	30	30
Самостоятельная работа		39	39
Вид промежуточной аттестации (конт. раб. **/ самост. раб.)	Зачет	0,25/8,75	0,25/8,75

**5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий**

№	Наименование раздела дисциплины (тема)	Трудоемкость				Содержание
		всего	Контактная работа			
			лекции	практич. занятия		
6 семестр						
1.	Особенности управления инновациями	33	10	10	13	<p>Сущность и особенности инновационного менеджмента.</p> <p>Классификации инноваций</p> <p>Большие циклы конъюнктуры Н.Д. Кондратьева. Деловые циклы И. Шумпетера. Теория технологических укладов.Государственная поддержка инноваций. Управление инновационными проектами в агентстве DARPA Особенности технологических и продуктовых инноваций</p> <p>Применение теории решений изобретательских задач для создания технологических и продуктовых инноваций</p> <p>Цепь создания ценности при разработке инноваций Применение метода «эмпатического дизайна» при создании прорывных инноваций</p> <p>Разработка «карты инноваций»</p>

						Особенности разработки бизнес-плана при создании инноваций Определение показателей, характеризующих эффективность выполнения инновационных проектов. Основные элементы инновационных бизнес-моделей Документальное оформление решений при управлении внедрением технологических и продуктовых инноваций
2.	Инновационный маркетинг	33	10	10	13	Стратегический и тактический маркетинг инноваций. Жизненный цикл продуктовых инноваций. Процесс создания новых товаров. Выявление узких мест в организации инновационной деятельности Определение приоритетных областей для исследований с точки зрения создания инноваций Брендинг новых товаров
3.	Маркетинг новых технологий	33	10	10	13	Технологии как товар. Организация маркетинга инновационных продуктов Разработка и внедрение программ в области продуктовых и технологических инноваций Классификация технологий. Трансферт технологий. Франчайзинг. Управление знаниями
Зачет		9	0,25		8,75	
Итого за бсеместр		108	30	30,25	47,75	

## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, ак.часы	Форма контроля*
1.	Проработка теоретического материала по конспектам лекций, рекомендованной литературе, дополнительным источникам информации	13	Консультация преподавателя, устное собеседование
2.	Подготовка к практическим занятиям: поиск необходимой информации, обработка информации, написание доклада, подготовка к выступлению (дискуссии)	13	Выступление с докладом, презентация, ответы на дискуссионные вопросы
3.	Подготовка к текущему контролю (тестирование и/или написание реферата)	13	Тесты, рефераты
4.	Подготовка к промежуточной аттестации (вопросы к зачету, итоговый тест, написание курсовой работы)	8,75	Устное собеседование, тестирование, защита курсовой работы

Для самостоятельной работы по дисциплине (модулю) обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение:

1. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07859-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491318> (дата обращения: 24.01.2020).
2. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 1. : учебник и практикум для вузов / Н. Н. Молчанов [и др.] ; под общей редакцией Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02363-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492053> (дата обращения: 24.01.2020).
3. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 2. : учебник и практикум для вузов / Н. Н. Молчанов [и др.] ; под общей редакцией Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 275 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02365-7. — Текст : электронный //



Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492054> (дата обращения: 24.01.2020).

4. Фонд оценочных и методических материалов по дисциплине «Маркетинг инноваций»

**7. Фонд оценочных и методических материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Вопросы для проведения промежуточной аттестации (зачета)

1. Влияние инноваций на ускорение НТП.
2. Классификация инноваций.
3. Этапы инновационного процесса.
4. Основные элементы национальной инновационной системы
5. Особенности национальной инновационной системы в РФ.
6. Государственная политика в области инноваций.
7. Особенности модели DARPA
8. Организация деятельности проектных команд
9. Оператор РВС в ТРИЗ
10. Методика «цепь создания ценности в инновационной деятельности».
11. Основы теории решения изобретательских проблем (ТРИЗ).
12. Вепольные преобразования в ТРИЗ .
13. Психологические методы в ТРИЗ.
14. Технические, административные и физические противоречия в ТРИЗ.
15. Формирование идеального конечного результата в ТРИЗ.
16. Законы развития технических систем.
17. Алгоритм решения изобретательских задач
18. Использование эффективных способов преодоления противоречий в ТРИЗ.
19. Постановка целей при создании инноваций
20. Создание инноваций на основе использования эмпатического дизайна.
21. Использование информации от потребителей для создания радикальных инноваций.
22. Методика мозговой штурм вопросов
23. Бизнес эксперименты.
24. Сокращение затрат при осуществлении инноваций.

- 25. Особенности управления инновациями со стороны Стива Джобса
- 26. Особенности формирования инновационной организационной культуры.
- 27. Разрушение «узких мест» в вашей отрасли.
- 28. Ориентированная на клиента карта инноваций
- 29. Определение показателей, улучшение которых будет способствовать успеху инновации.
- 30. Использование неудач для создания инноваций

### **Примерные практико-ориентированные задания**

1. Почему как для экономики СССР, так и для РФ свойственны слабое внимание к внедрению инноваций. Предложите мероприятия по совершенствованию региональной инновационной системы в Ленинградской области, которые бы позволили изменить сложившуюся ситуацию.

2. Определите чистый приведенный доход, период окупаемости инновационного проекта, если прибыль составит: в 2022 – 500 т.р., в 2023 – 500 т.р. в 2024 – 500 т.р. Капитальные затраты составят: в 2020 – 100 т.р., в 2021 – 500 т.р. Стоимость кредита – 17% в год

Полный комплект заданий и этапов формирования компетенции представлен в Фонде оценочных и методических материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине, оформленный отдельным документом, представлен в приложении 1.

### **8. Перечень основной, дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

#### **а) нормативные правовые акты**

1) Федеральный закон « Об авторском праве и смежных правах» (в ред. Федеральных законов от 19.07.1995 №110-ФЗ, от 20.07.2004 №72-ФЗ) // Информационно-поисковая система «Гарант»

#### **б) основная литература:**

1. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07859-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491318>
2. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 1. : учебник и практикум для вузов / Н. Н. Молчанов [и др.] ; под общей редакцией Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02363-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492053> (дата обращения: 24.01.2020).
3. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 2. : учебник и практикум для вузов / Н. Н. Молчанов [и др.] ; под общей редакцией Н. Н. Молчанова. —

Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 275 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02365-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492054>

**в) дополнительная литература:**

1. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489061> (дата обращения: 24.01.2020).
2. Спиридонова, Е. А. Управление инновациями : учебник и практикум для вузов / Е. А. Спиридонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06608-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494062>
3. Инновационная экономика : научно-методическое пособие / под ред. М. В. Кудиной, М. А. Сажиной. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2019. - 304 с. - ISBN 978-5-8199-0595-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1007991> — Режим доступа: по подписке.
4. Лапидус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лапидус. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 479 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook\_5ad4a78dae3f27.69090312. - ISBN 978-5-16-013640-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1241988> (дата обращения: 24.01.2020). — Режим доступа: по подписке.
5. Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг : учебник / В.Д. Секерин. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 237 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-011323-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1081623> (дата обращения: 24.01.2022). — Режим доступа: по подписке.
6. Инновационный маркетинг : учебник / И. А. Красюк, С. М. Крымов, Г. Г. Иванов, М. В. Кольган. - Москва : Дашков и К, 2020. - 170 с. - ISBN 978-5-394-03982-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232008> (дата обращения: 24.01.2020). — Режим доступа: по подписке.

#### **г) ресурсы сети «Интернет»:**

1. Федеральный портал по научной и инновационной деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [-http://www.sciinnov.ru](http://www.sciinnov.ru)
2. Единый портал инноваций и уникальных изобретений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://innovationportal.ru/>
3. Официальный Фонд Г.С. Альтшуллера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.altshuller.ru/triz>

### **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Самостоятельная подготовка обучающихся проводится для углубления и закрепления знаний, полученных на лекциях и других видах занятий, для выработки навыков самостоятельного применения новых, дополнительных знаний и подготовки к предстоящим учебным занятиям, зачету.

Важным условием успешного изучения дисциплины является посещение лекций. Под посещением подразумевается не форма пассивного присутствия, а активная работа по изучению нового материала. Подготовка к лекционным занятиям включает в себя анализ предлагаемых для изучения вопросов, изучение нормативных источников и учебной и научной литературы по рассматриваемым вопросам лекции. В процессе лекции обучающийся может задавать уточняющие вопросы, осуществить взаимосвязь нового материала с уже изученным, подготовить базу для эффективного использования полученных знаний, облегчить подготовку к практическому занятию. Эффективным способом фиксации лекционного материала является конспектирование, представляющее собой не только фиксацию важнейших моментов лекции, но и указание примеров для понимания того или иного теоретического материала.

При подготовке к практическому занятию необходимо использовать конспектированные материалы лекций, учебную и научную литературу. Подготовка ответов по выносимым на обсуждение вопросам практического занятия включает в себя не только прочтение материала, но и его анализ и критическую оценку.. Обучающемуся следует выявить малоизученные аспекты рассматриваемых вопросов, проявить инициативу при подготовке к практическому занятию.

При подготовке к практическим занятиями и зачету рекомендуется систематизировать знания, изображая их в табличном, графическом или схематичном виде. Это позволит установить взаимосвязь изучаемых явлений, упростит задачу запоминания материала, облегчит процесс практического применения полученных знаний.

Задачей практических занятий является выработка умения использовать теоретические знания, проявить наличие практических навыков. При подготовке к практическому занятию следует

заблаговременного обеспечить наличие необходимо для данного занятия материала, самостоятельно повторить ранее изученные темы.

Для успешного освоения дисциплины важным является умение работать с терминами и их определениями. Для работы с терминологией эффективным является использование как учебной и научной литературы, так и юридических и философских словарей.

Работа с терминами может осуществляться как в форме составления собственных тематических словариков для удобства и скорости поиска необходимого термина. С этой целью необходимо каждый новый встречающийся термин записывать и во время подготовки к семинарским и практическим занятиям указывать соответствующее определение. В случае возникновения сложности выбора определения из имеющегося объема в рамках научного знания необходимо задавать вопросы преподавателю в рамках лекционных и практических занятий.

Интерактивные формы проведения занятий по дисциплине «Маркетинг инноваций» включают в себя следующие виды занятий:

- анализ ситуаций (кейс-метод) — техника обучения, использующая описание реальных ситуаций. Обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. В основе метода конкретных ситуаций лежит описание конкретной профессиональной деятельности или эмоционально-поведенческих аспектов взаимодействия людей. При изучении конкретной ситуации, и анализе конкретного примера студент должен вжиться в конкретные обстоятельства, понять ситуацию, оценить обстановку, определить, есть ли в ней проблема и в чем ее суть. Определить свою роль в решении проблемы и выработать целесообразную линию поведения.

- преподавание дисциплины осуществляется в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

Оценочные и методические материалы по дисциплине «Маркетинг инноваций» представлены в ФОММ.

При подготовке к промежуточному или итоговому тестированию необходимо изучить теоретический и практический материал. Тестовые задания (с перечнем возможных вариантов ответов, среди которых хотя бы один ответ является неверным) обеспечивают структурность мышления, вынужденного выбрать из предложенных вариантов ответ все правильные варианты. Тестовые задания на установления соответствия подразумевают необходимость проявления не только знания учебного материала, но и умения применять правила формальной логики. Тестовые задания на упорядочение направлены на установление логической последовательности рассматриваемых явлений (времени существования явлений, расположения структурных элементов правовых документов и т.п.).

Эффективным способом для подготовки к тестированию является работа обучающегося по решению тестовых заданий, предоставленных для самостоятельной работы. Также при подготовке к такой форме контроля знаний, как решение тестовых заданий, следует самостоятельно попытаться проработать рассматриваемые в дисциплине вопросы в форме составления тестовых заданий.

При подготовке к зачету следует иметь в виду, что он является итоговой формой контроля по изучению данной учебной дисциплины. Зачет подразумевает максимальную концентрацию знаний и умений, предполагающих полное изучение материала дисциплины.

Зачет проводится в форме устного собеседования и выполнения письменного задания, либо теста.

Решение преподавателя об итоговой оценке принимается по результатам устного ответа и выполненного письменного (тестового) задания, в зависимости от шкалы оценки.

В связи с развитием научно-технического прогресса в такой ситуации надлежит воспользоваться материалами, находящимися в открытом доступе сети Internet. Также необходимо учитывать, что по состоянию на сегодняшний день многие справочные правовые системы содержат не только текст нормативных актов, но и научные статьи по различным вопросам (например, СПС «Консультант Плюс»). Рекомендуется использовать электронно-библиотечные системы.

В силу кратковременности изучения и значительного объема данной учебной дисциплины кафедра настоятельно рекомендует систематически, а не эпизодически работать над изучением курса.

## **10. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины *«Маркетинг инноваций»* инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Институт обеспечивает:

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения, а также пребывание в указанных помещениях. Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях

## **11. Перечень информационных технологий, профессиональных баз данных,используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Программное обеспечение:

- 1) Операционная система (Microsoft Windows *Проприетарная*);
- 2) Пакет офисных программ Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access, MS Publisher и др. *Проприетарная*);
- 3) Программное обеспечение для просмотра электронных документов в стандарте PDF (Foxit Reader *GNU LesserGeneralPublicLicense*);



- 4) Web-браузер (Mozilla Firefox *GNU LesserGeneralPublicLicense*);

Информационные справочные системы:

- 1) Автоматизированная информационная библиотечная система Marc21SQL;
- 2) Справочно-правовая система «Консультант Плюс»

Профессиональные базы данных:

- 1) Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus - <https://www.scopus.com>
- 2) Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных Web of Science - <https://apps.webofknowledge.com>
- 3) Научная электронная библиотека - [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
- 4) База данных «Библиотека управления» - Корпоративный менеджмент - <https://www.cfin.ru/rubricator.shtml>

## **12. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

<b>Наименование</b>	
<b>Специализированные аудитории:</b>	
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации / компьютерный класс / помещение для самостоятельной работы*	
<b>Технические средства обучения:</b>	
компьютер с программным обеспечением	
<b>Специализированные аудитории:</b>	
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации*	
<b>Технические средства обучения:</b>	
экран настенный	
мультимедийный проектор	
компьютер с программным обеспечением, указанным в п.11	

Пронумеровано и  
прошито 17 листов

Зав. УМО

