

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

Утверждено:  
на заседании кафедры  
протокол №11 от «19» июня 2018 г.  
Зав. кафедрой /  
Л.С. Валинурова



Согласовано:  
Председатель УМК института



/Л.П. Абзалилова

**Рабочая программа дисциплины**

Дисциплина «Управление процессом разработки и продвижения инноваций»

Вариативная часть, обязательная дисциплина  
**Программа магистратуры**

Направление подготовки  
38.04.01 Экономика

Программа: «Управление инновационным развитием»»

Квалификация  
магистр

Разработчики (составители) РПД:

Валинурова Л.С.

доктор экон. наук, профессор.



Для приема 2018 г.

Уфа 2018

Составитель / составители: доктор. экон. наук, профессор Валинурова Л.С..

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры «Инновационная экономика» протокол от «19» июня 2018 г. № 11

Заведующий кафедрой



/ Валинурова Л.С./

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины: обновлено программное обеспечение утверждены на заседании кафедры «Инновационная экономика», протокол № 5/1 от «18» января 2019 г.

Заведующий кафедрой



/ Валинурова Л.С./

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ Ф.И.О/

## Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы 5
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся) 6
4. Фонд оценочных средств по дисциплине 9
  - 4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 9
  - 4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций 12
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины 23
  - 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 23
  - 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины 24
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 25

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

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Результаты обучения		Формируемые компетенции (с указанием кода)	Примечание
Знания	Знать: методы, модели и инструменты разработки, продвижения и коммерциализации инноваций, методы поиска новых решений, оценки и отбора нововведений к реализации	ОК-3 готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	
	Знать: основные способы продвижения инноваций и разработки стратегии поведения на различных рынках	ПК-7: способность разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках	
	Знать: основные принципы и инструменты подготовки аналитических материалов, необходимых для оценки мероприятий в области управления процессом разработки и продвижения инноваций и принятия стратегических решений на предприятии	ПК-8: способность готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне	
Умения	Уметь: использовать методы, модели и инструменты разработки, продвижения и коммерциализации инноваций, методы поиска новых решений, оценки и отбора нововведений к реализации	ОК-3 готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	
	Уметь: выбирать способы продвижения инноваций и разрабатывать стратегии поведения предприятия на различных рынках	ПК-7: способность разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках	
	Уметь: составлять аналитические материалы для оценки мероприятий в области управления процессом разработки и продвижения инноваций и принятия стратегических	ПК-8: способность готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне	

	решений на предприятии		
Владения (навыки/ опыт деятельности)	Владеть: методами, моделями и инструментами разработки, продвижения и коммерциализации инноваций, методами поиска новых решений, оценки и отбора нововведений к реализации	ОК-3 готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	
	Владеть: навыками разработки стратегии поведения предприятия на различных рынках, используя различные способы продвижения инноваций	ПК-7: способность разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках	
	Владеть: навыками подготовки и аналитических материалов для оценки мероприятий в области управления процессом разработки и продвижения инноваций и принятия стратегических решений на предприятии	ПК-8: способность готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне	

## 2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление процессом разработки и продвижения инноваций» относится к вариативной части.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 2 семестре.

**Целью изучения** дисциплины «Управление процессом разработки и продвижения инноваций» является формирование знаний, навыков и умений, необходимых для понимания и практической реализации современных концепций управления процессом разработки и продвижения инноваций.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин: «Микроэкономика (продвинутый уровень)», «Макроэкономика (продвинутый уровень)», «Основы научных исследований», «Теория инноваций и инновационной деятельности»

Дисциплина «Управление процессом разработки и продвижения инноваций» является необходимой для успешного освоения дисциплин, таких как «Модели и механизмы управления инновационным развитием», «Управление инновационными рисками», «Стратегическое планирование в инновационной экономике», «Управление интеллектуальной собственностью» и др.

Дисциплина «Управление процессом разработки и продвижения инноваций» является необходимой для успешного прохождения практики и государственной итоговой аттестации

**3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)**

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

**3. СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины «Управление процессом разработки и продвижения инноваций» на 2 семестр

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	3 / 108
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	24,2
лекций	8
практических/ семинарских	16
лабораторных	-
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	83,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	

Форма(ы) контроля:  
Зачет 2 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
			ЛК	ПР/СЕМ	СРС			
Модуль 1. Управление процессом разработки инноваций								
1.1.	Функциональный и функционально-стоимостный анализ в разработке инноваций	16	2	6	8	№№ 3, 4, 7, 8, 9 из основного списка, №№ 1, 2, 3, 4, 6 из дополнительного списка	Работа с литературой и другими рекомендуемыми источниками. Case-study №1	Проверка результатов выполнения Case-study № 1
1.2.	Методы поиска новых решений в процессе разработки инноваций	14	2	4	8	№№ 3, 4, 7, 8, 9 из основного списка, №№ 1, 2, 3, 4, 6 из дополнительного списка	Работа с литературой и другими рекомендуемыми источниками. Подготовка докладов и презентаций по теме 1.2 к групповому обсуждению Case-study №2	Проверка докладов Проверка результатов выполнения Case-study №2
	Рубежный контроль по модулю 1	11,8			11,8		Подготовка к контролю по тестам	Тестирование
Модуль 2. Управление процессом продвижения инноваций								
2.1	Особенности продвижения инноваций	11	1	2	8	№№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 10 из основного списка, №№ 1, 2, 3, 5, 6 из дополнительного списка	Работа с литературой и другими рекомендуемыми источниками. Подготовка докладов и презентаций по теме 2.1 к групповому	Проверка докладов

							обсуждению	
2.2	Управление продвижением инноваций в научно-технических организациях	10	1	1	8	№№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 10 из основного списка, №№ 1, 2, 3, 5, 6 из дополнительного списка	Работа с литературой и другими рекомендуемыми источниками. Case-study №3	Проверка результатов выполнения Case-study №3
2.3	Управление продвижением технологических инноваций	10	1	1	8	№№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 10 из основного списка, №№ 1, 2, 3, 5, 6 из дополнительного списка	Работа с литературой и другими рекомендуемыми источниками. Case-study №3	Проверка результатов выполнения Case-study №3
2.4	Управление продвижением инноваций, инициированных потребителем	11	1	2	8	№№ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 10 из основного списка, №№ 1, 2, 3, 5, 6 из дополнительного списка	Case-study №4	Проверка результатов выполнения Case-study №4
	Рубежный контроль по модулю 2	10			10		Подготовка к контролю по тестам	Тестирование
	ФКР	0,2						
	Разработка и продвижение на примере выбранного объекта	14			14		Выполнение итоговой письменной работы «Разработка и продвижение на примере выбранного объекта»	Проверка результатов выполнения итоговой письменной работы
	<b>Всего часов:</b>	108	8	16	83,8			



## Содержание дисциплины

### Модуль 1. Управление процессом разработки инноваций

Тема 1.1. Функциональный подход и функционально стоимостный анализ в разработке инноваций

Содержание и цели ФСА. Принципы и особенности ФСА. Функциональный подход и основные условия применения ФСА в управлении процессом разработки инноваций. Последовательность ФСА. Подготовительный этап: выбор объекта анализа; подготовка к проведению ФСА выбранного объекта; исследовательские рабочие группы. Выявление, формулирование и классификация функций, разработка и построение функциональной модели, структурно-элементной модели, совмещенной модели, значимость функций и значимость затрат, методы их оценки, построение функционально-стоимостной диаграммы и выявление зон диспропорций. Исследовательский этап: исследование вариантов реализации функций; методы технико-экономической оценки; методы оптимизации. Особенности ФСА различных объектов

Тема 1.2. Методы поиска новых решений в процессе разработки инноваций

Классификация методов поиска новых решений. Фонды эвристических приемов. «Мозговой штурм». Метод фокальных объектов и метод гирлянд случайностей и ассоциаций. Метод контрольных вопросов. Метод морфологического анализа. Метод «матриц открытия». Метод поэлементной отработки объекта. Метод синектики. Метод функционального изобретательства. Теория решения изобретательских задач. Алгоритм решения изобретательских задач. Теория конструирования Коллера.

### Модуль 2. Управление процессом продвижения инноваций

Тема 2.1. Особенности продвижения инноваций

Содержание процесса продвижения инноваций. Учет особенностей инновационного процесса. Роль технологического прогнозирования в продвижении инноваций. Особенности интеллектуального продукта. Технология и характер коммерциализации технологии. Уровни процесса продвижения: макроуровень, региональный уровень, ассоциативно-корпоративный и уровень предприятий, организаций

Тема 2.2. Управление продвижением инноваций в научно-технических организациях

Маркетинговая среда научно-технической организации. Анализ и прогноз научно-технических возможностей научно-технических организаций. Анализ и прогноз рынка научно-технической и конечной продукции. Формирование стратегии выхода на рынок научно-технической продукции. Оценка привлекательности рынка научно-технической продукции. Позиционирование научно-технической продукции. Мониторинг проектов НИОКР. Стратегии поведения на рынке. Установление цен. Методы продвижения и стимулирования сбыта.

Тема 2.3. Управление продвижением технологических инноваций

Особенности продвижения технологических инноваций, созданных на производстве. Схема продвижения «побочных» результатов НИОКР (интеллектуального продукта). Продвижение технологических инноваций, прошедших коммерческую апробацию. Продвижение технологических инноваций в рамках вертикальной интеграции.

Тема 2.4. Управление продвижением инноваций, инициированных потребителем

Продвижение инициированных потребителем продуктовых инноваций. Способы и стадии включения потребителя в инновационный продукт. Способы и стадии включения потребителя в инновационный процесс. Стратегия продвижения инициированных потребителем продуктовых инноваций

#### 4. Фонд оценочных средств по дисциплине

##### 4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

###### ОК-3: готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Незачтено	Зачтено
1 этап	Знать методы, модели и инструменты разработки, продвижения и коммерциализации инноваций, методы поиска новых решений, оценки и отбора нововведений к реализации	Отсутствие или фрагментарные представления о методах, моделях и инструментах разработки, продвижения и коммерциализации инноваций, методах поиска новых решений, оценки и отбора нововведений к реализации	Сформированные представления о методах, моделях и инструментах разработки, продвижения и коммерциализации инноваций, методах поиска новых решений, оценки и отбора нововведений к реализации
2 этап	Уметь: использовать методы, модели и инструменты разработки, продвижения и коммерциализации инноваций, методы поиска новых решений, оценки и отбора нововведений к реализации	Отсутствие или фрагментарные умения использовать методы, модели и инструменты разработки, продвижения и коммерциализации инноваций, методы поиска новых решений, оценки и отбора нововведений к реализации	Сформированное умение использовать методы, модели и инструменты разработки, продвижения и коммерциализации инноваций, методы поиска новых решений, оценки и отбора нововведений к реализации
3 этап	Владеть: методами, моделями и инструментами разработки, продвижения и коммерциализации инноваций, методами поиска новых решений, оценки и отбора нововведений к реализации	Отсутствие или фрагментарные владение методами, моделями и инструментами разработки, продвижения и коммерциализации инноваций, методами поиска новых решений, оценки и отбора нововведений к реализации	Сформированное применение методов, моделей и инструментов разработки, продвижения и коммерциализации инноваций, методов поиска новых решений, оценки и отбора нововведений к реализации

**ПК-7: способность разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках**

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Незачтено	Зачтено
1 этап (уровень)	Знать: основные способы продвижения инноваций и разработки стратегии поведения на различных рынках	Отсутствие или фрагментарные представления о основных способах продвижения инноваций и разработки стратегии поведения на различных рынках	Сформированные представления о. основных способах продвижения инноваций и разработки стратегии поведения на различных рынках.
2 этап (уровень)	Уметь: выбирать способы продвижения инноваций и разрабатывать стратегии поведения предприятия на различных рынках	Отсутствие или фрагментарные умения выбирать способы продвижения инноваций и разрабатывать стратегии поведения предприятия на различных рынках	Сформированное умение выбирать способы продвижения инноваций и разрабатывать стратегии поведения предприятия на различных рынках
3 этап (уровень)	Владеть: навыками разработки стратегии поведения предприятия на различных рынках, используя различные способы продвижения инноваций	Отсутствие или фрагментарные владение навыками разработки стратегии поведения предприятия на различных рынках, используя различные способы продвижения инноваций	Сформированное владение навыками разработки стратегии поведения предприятия на различных рынках, используя различные способы продвижения инноваций

**ПК-8: способность готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне.**

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Незачтено	Зачтено

	компетенций)		
1 этап (уровень)	Знать: основные принципы и инструменты подготовки аналитических материалов, необходимых для оценки мероприятий в области управления процессом разработки и продвижения инноваций и принятия стратегических решений на предприятии	Отсутствие или фрагментарные представления об основных принципах и инструментах подготовки аналитических материалов, необходимых для оценки мероприятий в области управления процессом разработки и продвижения инноваций и принятия стратегических решений на предприятии	Сформированные представления об основных принципах и инструментах подготовки аналитических материалов, необходимых для оценки мероприятий в области управления процессом разработки и продвижения инноваций и принятия стратегических решений на предприятии
2 этап (уровень)	Уметь: составлять аналитические материалы для оценки мероприятий в области управления процессом разработки и продвижения инноваций и принятия стратегических решений на предприятии	Отсутствие или фрагментарные умения составлять аналитические материалы для оценки мероприятий в области управления процессом разработки и продвижения инноваций и принятия стратегических решений на предприятии	Сформированное умение составлять аналитические материалы для оценки мероприятий в области управления процессом разработки и продвижения инноваций и принятия стратегических решений на предприятии
3 этап (уровень)	Владеть: навыками подготовки и аналитических материалов для оценки мероприятий в области управления процессом разработки и продвижения инноваций и принятия стратегических решений на предприятии	Отсутствие или фрагментарные владение навыками подготовки и аналитических материалов для оценки мероприятий в области управления процессом разработки и продвижения инноваций и принятия стратегических решений на предприятии	Сформированное владение навыками подготовки и аналитических материалов для оценки мероприятий в области управления процессом разработки и продвижения инноваций и принятия стратегических решений на предприятии

Программа дисциплины включает 2 модуля:  
 Модуль 1. Управление процессом разработки инноваций  
 Модуль 2. Управление процессом продвижения инноваций  
 Изучение каждого модуля дисциплины завершается рубежным контролем в виде тестирования/контрольной работы/итоговых case-study.

**4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочное средство
1-й этап Знания	<u>Знать:</u> методы, модели и инструменты разработки, продвижения и коммерциализации инноваций, методы поиска новых решений, оценки и отбора нововведений к реализации	<b>ОК-3</b>	тесты, доклады, вопросы к зачету, итоговая письменная работа
	<u>Знать:</u> основные способы продвижения инноваций и разработки стратегии поведения на различных рынках	<b>ПК-7</b>	тесты, доклады, вопросы к зачету, итоговая письменная работа
	<u>Знать:</u> основные принципы и инструменты подготовки аналитических материалов, необходимых для оценки мероприятий в области управления процессом разработки и продвижения инноваций и принятия стратегических решений на предприятии	<b>ПК-8</b>	тесты, доклады, вопросы к зачету, итоговая письменная работа
2-й этап Умения	<u>Уметь:</u> использовать методы, модели и инструменты разработки, продвижения и коммерциализации инноваций, методы поиска новых решений, оценки и отбора нововведений к реализации	<b>ОК-3</b>	Case-study, итоговая письменная работа
	<u>Уметь:</u> выбирать способы продвижения инноваций и разрабатывать стратегии поведения предприятия на различных рынках	<b>ПК-7</b>	Case-study, итоговая письменная работа
	<u>Уметь:</u> составлять аналитические материалы для оценки мероприятий в области управления процессом разработки и продвижения инноваций и принятия стратегических решений на предприятии	<b>ПК-8</b>	Case-study, итоговая письменная работа

3-й этап Владения (навыки / опыт деятельности)	<u>Владеть</u> навыками: методами, моделями и инструментами разработки, продвижения и коммерциализации инноваций, методами поиска новых решений, оценки и отбора нововведений к реализации	<b>ОК-3</b>	Case-study, итоговая письменная работа
	<u>Владеть:</u> навыками разработки стратегии поведения предприятия на различных рынках, используя различные способы продвижения инноваций	<b>ПК-7</b>	Case-study, итоговая письменная работа
	<u>Владеть:</u> навыками подготовки и аналитических материалов для оценки мероприятий в области управления процессом разработки и продвижения инноваций и принятия стратегических решений на предприятии	<b>ПК-8</b>	Case-study, итоговая письменная работа

Вопросы для подготовки к зачету:

1. Роль предпринимательства в инновационном процессе.
2. Факторы образования предпринимательской прибыли в инновационном процессе.
3. Функциональный подход к инновационному предпринимательскому процессу.
4. Содержание и цели ФСА.
5. Принципы и особенности ФСА.
6. Функциональный подход и основные условия применения ФСА.
7. Этапы ФСА, сущность и краткая характеристика.
8. Выбор объекта ФСА. Подготовка к проведению ФСА выбранного объекта
9. Исследовательские рабочие группы.
10. Построение функционально-стоимостной и структурно-стоимостной моделей объекта анализа
11. Выявление, формулирование и классификация функций.
12. Методы оценки и анализа параметров функций.
13. Особенности работы на творческом этапе.
14. Исследование вариантов реализации функций
15. Особенности применения ФСА для различных объектов.
16. Классификация методов поиска новых решений.
17. Фонды эвристических приемов.
18. Метод мозгового штурма
19. Метод синектики
20. Метод контрольных вопросов
21. Метод коллективного блокнота
22. Метод поэлементной отработки объекта
23. Метод морфологического анализа
24. Метод «матриц открытия».
25. Теория решения изобретательских задач. Алгоритм решения изобретательских задач.
26. Теория конструирования.
27. Метод функционального изобретательства.
28. Стратегия системного поиска резервов.

29. Методология «форсайт».
30. Содержание процесса продвижения инноваций. Учет особенностей инновационного процесса.
31. Технология и характер коммерциализации технологии.
32. Уровни процесса продвижения: макроуровень, региональный уровень, ассоциативно-корпоративный и уровень предприятий, организаций.
33. Формирование стратегии выхода на рынок научно-технической продукции.
34. Оценка привлекательности рынка научно-технической продукции.
35. Позиционирование научно-технической продукции.
36. Мониторинг проектов НИОКР.
37. Стратегии поведения на рынке. Установление цен.
38. Методы продвижения и стимулирования сбыта.
39. Особенности продвижения технологических инноваций, созданных на производстве.
40. Схема продвижения «побочных» результатов НИОКР (интеллектуального продукта).
41. Продвижение технологических инноваций, прошедших коммерческую апробацию.
42. Продвижение технологических инноваций в рамках вертикальной интеграции.
43. Продвижение инициированных потребителем продуктовых инноваций.
44. Способы и стадии включения потребителя в инновационный продукт.
45. Способы и стадии включения потребителя в инновационный процесс.
46. Стратегия продвижения инициированных потребителем продуктовых инноваций.

### **Критерии оценки зачета**

**«зачтено»** - обучающийся продемонстрировал знание основных разделов программы изучаемого курса, приобрел необходимые умения и навыки, освоил вопросы практического применения полученных знаний.

**«незачтено»** – продемонстрировал фрагментарное знание основных разделов программы изучаемого курса, у него слабо выражена способность к самостоятельному аналитическому мышлению, отсутствуют необходимые умения и навыки, не освоил вопросы практического применения полученных знаний.

### **Тестовые задания**

#### **Пример заданий для тестового контроля уровня усвоения учебного материала:**

Модуль 1. Управление процессом разработки инноваций

Управление процессом разработки инноваций:

1. Функционально-стоимостный анализ – это:
  - а) метод системного исследования с целью оптимизации соотношения между потребительскими свойствами объекта (изделия, процесса, структуры) и затратами на его разработку, производство и эксплуатацию;
  - б) это метод ABC (ActivityBasedCosting – анализ затрат по видам деятельности);
  - в) способ определения и учета затрат по видам деятельности организации, способа процессного (пооперационного) определения и учета затрат;
  - г) метод, в котором приоритетом стоит снижение себестоимости вне зависимости от соотношения между потребительскими свойствами объекта и затратами на его разработку
2. Функция в ФСА – это:
  - а) внешнее проявление свойств объекта в определённых условиях;
  - б) качества товара, необходимые для его эксплуатации;
  - в) зависимость одной переменной от другой;
  - г) все ответы верны.
3. Понятие идеального товара по ФСА означает:
  - а) максимальное выполнение своего предназначения (функции);

- б) что товара нет, но функции выполняются;
  - в) минимальные затраты на функционирование;
  - г) достижения некоторого предельного уровня своего развития.
4. Структура модели задачи включает:
- а) конфликтующую пару, противоречие и ресурсы;
  - б) конфликтующую пару, противоречие и ограничение;
  - в) конфликтующую пару, противоречие и х-элемент;
  - г) конфликтующую пару, противоречие, х-элемент и ограничения.
5. Представим себе, что на «рынке систем» имеются несколько альтернативных систем, отличающихся уровнем выполнения функции и стоимостью. Какая система выиграет конкуренцию (т.е. станет массово применяться)?
- а) та, которая имеет меньшую стоимость;
  - б) та, которая имеет больший коэффициент идеальности;
  - в) та, которая имеет более высокий показатель выполнения функции;
  - г) та, которая имеет меньшие затраты при производстве;
6. Противоречие это:
- а) конфликт между кем-то и кем-то;
  - б) несовпадение взглядов;
  - в) несовместимость двух противоположных требований к одному компоненту или системе;
  - г) верного ответа нет.
7. Полезная функция системы это:
- а) то, что выполняет система, ее предназначение;
  - б) то действие которое выполняет одна система над другой системой;
  - в) действие выполняемое системой над надсистемным компонентом с целью изменения его свойств;
  - г) действие выполняемое системой над надсистемным компонентом с целью изменения его свойств для удовлетворения потребности надсистемы.
8. Главная функция системы это:
- а) полезное действие, ради которого и создавалась система;
  - б) полезное действие, выполняемое системой для удовлетворения потребности надсистемы;
  - в) последнее полезное действие, выполняемое системой над надсистемным компонентом, ради преобразования которого и создавалась эта система;
  - г) любое полезное действие, направленное на надсистемные компоненты и меняющие их свойства в нужном надсистеме направлении.
9. Почему следует избавляться от специальных терминов в формулировке задачи?
- а) они создают вектор инерции мышления;
  - б) они непонятны всем;
  - в) они усложняют понимание сути задачи;
  - г) они затрудняют решение задачи.
10. Если в модели даются расчёты затрат на функцию, то такая модель называется:
- а) структурно-стоимостной;
  - б) функционально-стоимостной;
  - в) функционально-структурной.
11. Упорядоченное представление элементов изделия дает нам:
- а) структурная модель;
  - б) функциональная модель;
  - в) функционально-структурная модель
12. Модель, показывающая нам зависимость между главными, второстепенными, основными и вспомогательными функциями изделия, называется:



- а) структурной;
- б) функциональной;
- в) функционально-структурной.

13. Отличительные особенности функционально-стоимостного анализа:

- а) объект рассматривается как комплекс функций;
- б) объект рассматривается как комплекс составных частей;
- в) объект рассматривается на протяжении всего жизненного цикла;
- г) объект анализируется в процессе создания и запуска в производство.

14. Итогом проведения ФСА должно быть снижение затрат на единицу полезного эффекта, которое достигается: (выберите неверное утверждение)

- а) сокращением затрат при повышении потребительских свойств;
- б) повышением затрат при обоснованном снижении качества;
- в) уменьшением затрат при сохранении уровня качества.

15. Для одновременного выявления ненужных функций и элементов в изделии используется:

- а) структурная модель;
- б) структурно-функциональная модель;
- в) функциональная модель.

16. Выберите неверное утверждение:

- а) любая техническая система имеет вредные/бесполезные функции;
- б) технические системы развиваются по законам развития технических систем;
- в) свойства технической системы есть сумма свойств её элементов;
- г) ТРИЗ позволяет уменьшить вредные/бесполезные функции и учитывать при решении проблемы законы развития технических систем.

17. Функция лампы накаливания в светильнике:

- а) освещать окружающие предметы;
- б) излучать свет;
- в) накапливать свет;
- г) генерировать тепло.

18. Функция авторучки:

- а) оставлять на бумаге непрерывный, произвольной формы след;
- б) писать на бумаге определённые тексты;
- в) обеспечивать доступ к хранящимся в стержне чернилам посредством вращения шарика;
- г) иметь удобное положение в руке при письме.

## Модуль 2. Управление процессом продвижения инноваций

### Управление процессом продвижения инноваций:

1. На каком этапе жизненного цикла инноваций, исследование природы поведения потребителей рассматривается как стратегическая задача:

- а) освоение;
- б) диффузия.
- в) зарождение.

2. Процесс принятия решения потребителем проходит следующие последовательные этапы:

- а) осознание потребности, поиск информации, оценка альтернатив, выбор альтернативы, переоценка подходящей альтернативы;
- б) осознание потребности, оценка альтернатив, переоценка подходящей альтернативы.
- в) поиск информации, осознание потребности, оценка альтернатив и переоценка подходящей альтернативы.

3. Выделяют следующие виды ценностей инноваций:
- а) личные и групповые;
  - б) индивидуальные и групповые;
  - в) личные и социальные.
4. Самая большая численность потенциальных покупателей инновационного продукта, это - :
- а) прогрессисты;
  - б) новаторы;
  - в) скептики;
5. К репутационному риску большинства инновационных продуктов относят:
- а) сложность формы и содержания;
  - б) необходимость нового знания;
  - в) несоответствие цены и качества.
6. Какая самая распространенная ценовая стратегия среди производителей инновационного продукта:
- а) стратегия «снятия сливок»;
  - б) стратегия проникновения на рынок;
  - в) стратегия престижных цен.
7. К какому виду маркетинга относятся промышленные и инновационные предприятия?
- а) потребительский
  - б) промышленный
  - в) международный
8. На какие виды подразделяется стратегический маркетинг инноваций
- а) регулярный и санационный
  - б) потребительский и международный
  - в) ценовой и параметрический
9. Тактический маркетинг инноваций понимается как:
- а) подготовка к размещению на рынке нового продукта;
  - б) система по продвижению продукта на рынок;
  - в) возможность уменьшать себестоимость продукта;
  - г) возможность подготовки контрактов на приобретение покупных ресурсов;
  - д) подготовка к размещению на рынке нового продукта и система мер по продвижению продукта на рынок.
10. Для чего служит регулярный маркетинг инноваций?
- а) Изучение рынка сбыта
  - б) Поддержание конкурентоспособности фирмы
  - в) Выбор выгодных сегментов рынка
11. Каким методом может осуществляться выбор нового продукта?
- а) консервативный
  - б) радикальный
  - в) консервативным или радикальным
12. К какому методу подбора продукта "относится подбор продукта по критерию наибольшего его соответствия специальным активам – оборудованию, опыту, навыкам персонала, клиентуре и др. "?
- а) радикальному;
  - б) консервативному;
  - в) тактическому;
  - г) санационному;
  - д) регулярному.

13. Какой метод выбора нового продукта заключается в выборе наиболее платежеспособных потребителей?

- а) радикальный
- б) либеральный
- в) консервативный

14. Какой элемент не предполагает система мер по продвижению продукта на рынок?

- а) реклама нового продукта
- б) различные маркетинговые исследования
- в) повышение цены на новый продукт

15. При каком условии ориентация на трансферные сделки на рынках ресурсов и продукта будут более предпочтительны, чем рыночные?

- а) капитализированные ценовые льготы больше, чем капитальные затраты либо потери
- б) капитализированные ценовые льготы меньше, чем капитальные затраты либо потери
- в) нет верного ответа

16. Что представляет из себя процесс "спин-офф"?

- а) передача созданной в государственных организациях и на государственные средства научно-технической продукции гражданского и оборонного характера частному сектору с целью её коммерциализации;
- б) формирование государственной инновационной инфраструктуры;
- в) создание системы законодательных актов;
- г) создание системы финансовых источников инноваций;
- д) все ответы не верны.

17. В чем суть радикального метода выбора нового продукта?

- а) в выборе наиболее платежеспособных потребителей с неудовлетворенными потребностями;
- б) в подборе продукта по критерию наибольшего его соответствия специальным активам;
- в) в выборе продукта с наименьшими затратами;
- г) верны ответы 2 и 3;
- д) все ответы не верны.

#### Критерии оценки

Оценки	Описание
зачтено	Процент правильных ответов от 60% до 100%
незачтено	Процент правильных ответов менее 60%

#### Пример задания для текущего контроля

**Примерные темы подготовки докладов к практическому занятию: № 1.2: «Методы поиска новых решений в процессе разработки инноваций»**

1. Метод мозгового штурма
2. Синектика.
3. Метод гирлянд случайностей и ассоциаций
4. Метод коллективного блокнота.
5. Метод контрольных вопросов
6. Метод поэлементной отработки объекта.
7. Метод матриц открытия
8. Стратегия семикратного поиска

9. Алгоритм решения изобретательских задач
10. Метод функционального изобретательства.
11. Стратегия системного поиска резервов.
12. Теория конструирования Р. Коллера
13. Методология «форсайт».

**Примерные темы подготовки докладов к практическому занятию 2.1. «Особенности продвижения инноваций»**

1. Особенности маркетинга инноваций в сравнении с маркетингом обычной продукции
2. Влияние технологического прогресса и потребностей конечных потребителей на рынок нововведений
3. Уровни продвижения инноваций: макроуровень, региональный, ассоциативно-корпоративный и уровень организаций, предприятий.

**Критерии оценивания доклада**

Баллы	Описание
зачтено	обучающийся показал глубокие знания по поставленным вопросам, грамотно, логично его излагает, структурировал и детализировал информацию, обосновал свою авторскую позицию, доклад на 5-7 минут с использованием презентации в PowerPoint.
незачтено	обучающийся имеет знания основного материала, но не усвоил его деталей, допускает отдельные неточности, есть неточности в обосновании своей авторской позиции, доклад на 5-7 минут с использованием презентации в PowerPoint, но есть неточности в презентации

**Пример заданий Case-study**

**Модуль 1. Тема 1.1.**

**Case-study № 1. Функционально-стоимостный анализ в процессе разработки инноваций**

Провести ФСА объекта «мясорубка». Построить функциональную модель, структурно-элементную модель, совмещенную модель.

Оценить значимость функций всех уровней функциональной модели «мясорубка» методом расстановки приоритетов

Оценить значимость затрат, построить функционально-стоимостную диаграмму и выявить зоны диспропорций.

**Модуль 1. Тема 1.2**

**Case-study № 2. Методы поиска новых решений в процессе разработки инноваций**

Провести морфологический анализ мясорубки, разработать варианты новых решений, выбрать оптимальный вариант конструкции.

Оценить значимость затрат, построить функционально-стоимостную диаграмму и обосновать оптимальность решения.

**Модуль 2. Тема 2,3**

**Case-study № 3. Управление продвижением инноваций**

Является продолжением Case-study № 1 и 2.  
Разработать схему продвижения объекта «мясорубка».

## Модуль 2. Тема 2.4

### Case-study № 4. Управление продвижением инноваций, инициированных потребителем.

#### Задание 1.

В условиях дефицита энергетических ресурсов внедрение энергосберегающих оконных технологий позволяет экономить до 50% энергии. В скором времени одной из основных проблем станет дефицит ресурсов - энергии и воды. Таким образом, необходимо находить решения по снижению расхода энергии в целом по зданию. Уже есть технологии, при использовании которых энергозатраты уменьшаются на 70%. В первую очередь это касается окон и светопрозрачных фасадов, потому что через них теряется более половины энергии. Окно с использованием теплоотражающих стекол уменьшает теплопотери на 30%. Сейчас также можно добавить звукоизоляцию, защиту от взлома, огнестойкие стекла - и на рынке появится новый хороший продукт.

Выберите правильный ответ на каждый из следующих вопросов.

1.1. По области применения данная инновация:

а) управленческая, б) организационная, в) социальная, г) промышленная.

1.2. По степени интенсивности данная инновация:

а) «бум», б) равномерная, в) слабая, г) массовая.

1.3. По результативности данная инновация:

а) высокая, б) низкая, в) средняя.

#### Задание 2.

Финны готовятся к тому, что основным источником энергии для их экономики станет биотопливо. Это произойдет лет через 20, когда нефть и газ значительно подорожают. В Финляндии построен самый большой в мире завод по переработке биомассы и выработке энергии из биоотходов - AlholmensKrafl. Производство работает на отходах деревообрабатывающей отрасли, которые собираются и упаковываются машинами Timberjack. Мощность завода - 1,3 ТВт/ч электроэнергии и 0,6 ТВт/ч тепловой энергии. Финские ученые полагают, что будущее энергетики - это производство энергии из более широкого спектра биологических отходов, а также из этанола, получаемого как естественным путем, так и искусственным. В Финляндии уже запускаются проекты по производству биотоплива. Так, ведущие финские компании FortumOil и Gas объявили о подготовке проекта по производству дизельного топлива на основе растительных и животных жиров путем обработки их водородом.

Выберите правильный ответ на каждый из следующих вопросов.

2.1. По области применения данная инновация:

а) управленческая, б) организационная, в) социальная, г) промышленная.

2.2. По степени интенсивности данная инновация:

а) «бум», б) равномерная, в) слабая, г) массовая.

2.3. По результативности данная инновация:

а) высокая, б) низкая, в) средняя.

#### Задание 3.

Появился новый продукт на косметическом рынке - пластыри красоты, накладываемые на веки. Они представляют собой полоски (подушечки) из особого материала, пропитанного увлажняющим, противоотечным, питательным или другими средствами. Пластыри сглаживают мелкие морщинки и восстанавливают упругость кожи вокруг глаз, освежают уставшую кожу, снимают отечность. Время воздействия пластыря составляет от 10 до 30 мин. Пластыри быстро и эффективно приводят в порядок кожу вокруг глаз, что особенно актуально после бессонной ночи или в преддверии какого-то важного события. Пластырь абсолютно безопасен, очень компактен и имеет всего одно

ограничение - возрастное: как и все активные косметические средства, его можно использовать только после 25-30 лет.

Выберите правильный ответ на каждый из следующих вопросов.

3.1. По причине возникновения данная инновация является:

а) реактивной, б) стратегической.

3.2. По предмету и сфере приложения данная инновация является:

а) процессной, б) продуктовой.

3.3. По характеру удовлетворяемых потребностей данная инновация является:

а) ориентированной на формирование новых потребностей,

б) ориентированной на существующие потребности.

### Критерии оценки case-study №№ 1, 2, 3, 4

Оценки	Описание
зачтено	case-study выполнена полностью и правильно
незачтено	case-study выполнена частично и содержит существенные ошибки

### Итоговая письменная работа

#### на тему «Разработка и продвижение на примере выбранного объекта»

Итоговый case-study представляет собой выполненную в письменном виде итоговую самостоятельную работу, в которой разрабатывается (модифицируется) выбранный объект. Объект исследования определяется магистрантами самостоятельно. Это может быть изделие, процесс, технологии, деятельность

В процессе выполнения итоговой работы магистранту необходимо:

- 1) провести ФСА выбранного объекта
- 2) провести морфологический анализ и разработать варианты решений
- 3) исследовать варианты реализации функций.
- 4) оценить варианты реализации функций
- 5) опираясь на полученные результаты, обосновать выбор варианта решения
- 6) разработать схему продвижения для выбранного варианта.

После окончательного оформления итоговая письменная работа подписывается автором и представляется на кафедру для проверки в установленные сроки.

При подготовке к защите обучающемуся необходимо исправить замечания в тексте работы и предварительно ответить на заданные вопросы. На защите итоговой работы обучающийся должен быть готов к краткому изложению основного содержания работы и ее результатов, к собеседованию по отдельным моментам работы, к ответу на любые вопросы как по данной теме, так и по всему курсу.

### Критерии оценки итоговой письменной работы

Оценки	Описание
зачтено	Итоговая письменная работа выполнена, разработан и выбран оптимальный вариант объекта, разработана схема продвижения объекта
незачтено	case-study выполнена частично и содержит существенные ошибки

## 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

#### Основная литература

1. Аверченков, В. И. Инновационный менеджмент: учебное пособие для вузов / В. И. Аверченков. – 3-е изд., стер. – Москва: Издательство «Флинта», 2016. – 293 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93262>
2. Богомолова, А. В. Управление инновациями: учебное пособие / А. В. Богомолова. – Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2012. – 144 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=208962>
3. Валинурова, Л.С. Управление процессом разработки и продвижения инноваций [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Л.С. Валинурова; Башкирский государственный университет. — Уфа: РИЦ БашГУ, 2018. — Электрон. версия печ. публикации. — Доступ возможен через Электронную библиотеку БашГУ. — <URL:[https://elib.bashedu.ru/dl/read/Valinurova\\_Upravlenie\\_processom\\_razr\\_i\\_prodv\\_innovacij\\_up\\_2018.pdf](https://elib.bashedu.ru/dl/read/Valinurova_Upravlenie_processom_razr_i_prodv_innovacij_up_2018.pdf)
4. Кожухар, В. М. Инновационный менеджмент: учебное пособие / В. М. Кожухар. – Москва: Дашков и Ко, 2016. – 292 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116020>
5. Кузьминых, Н. А. Теория инноваций и инновационной деятельности: учеб. пособие / Н. А. Кузьминых; Башкирский государственный университет. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2015.; То же [Электронный ресурс]. – URL: [https://elib.bashedu.ru/dl/read/Kuzminyh\\_Teorija\\_innovacij\\_up\\_2015.pdf](https://elib.bashedu.ru/dl/read/Kuzminyh_Teorija_innovacij_up_2015.pdf)
6. Моисеева, Н. К. Функционально-стоимостной анализ в машиностроении: М. – Машиностроение, 1987 – 320 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://bookre.org/reader?file=1515025>
7. Применение функционально-стоимостного анализа в решении управленческих задач: Учеб. пособие / Под ред. В. В. Рыжовой. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 244 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=246557&spec=1>
8. Просветов, Г. И. Функциональный анализ. Задачи и решения: Учебно-практическое пособие – М.: Альфа-Пресс, 2010. – 96 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.bestbook.ru/userfiles/books/pdf/funcanalisis.pdf>
9. Рыжова, В. В. Функционально-стоимостный анализ в решении управленческих задач по сокращению издержек: Учеб. пособие. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2012. – 224 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://znanium.com/catalog/product/257267>
10. Харин, А. А. Управление инновационными процессами: учебник для образовательных организаций высшего образования / А. А. Харин, И. Л. Коленский, А. А. Харин. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 472 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435804>

#### Дополнительная литература

1. Агарков, А. П. Управление инновационной деятельностью: учебник / А. П. Агарков, Р. С. Голов. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. – 208 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496086>
2. Беляев, Ю. М. Инновационный менеджмент: учебник / Ю. М. Беляев. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. – 220 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496063>
3. Даеничева, В. А. Маркетинг: учебное пособие / В. А. Даеничева, А. В. Костенко; Российский государственный социальный университет. Филиал в г. Люберцы. – Москва:

- Издательство РГСУ, 2012. – 202 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=440952>
4. Жук, Е. С. Стратегический маркетинг: учебник / Е. С. Жук, Н. П. Кетова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Южный федеральный университет», Экономический факультет. – Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2011. – 203 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241057>
5. Кузнецова, В. Б. Функционально-стоимостный анализ системы и технологии управления персоналом: учебное пособие / В. Б. Кузнецова, И. Н. Корабейников; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Оренбургский государственный университет». – Оренбург: ОГУ, 2016. – 141 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=485360>
6. Николаева, Н. Г. Функционально-стоимостный анализ в управлении качеством продукции и процессов жизненного цикла: учебное пособие / Н. Г. Николаева, Е. В. Приймак; Министерство образования и науки России, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Казанский национальный исследовательский технологический университет». – Казань: Издательство КНИТУ, 2013. – 204 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259100>

## 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

№	Наименование Интернет-ресурса	Ссылка (URL) на Интернет ресурс
1.	Федеральная служба государственной статистики	<a href="http://www.gks.ru">www.gks.ru</a>
2.	Министерство финансов РФ	<a href="http://www.minfin.ru">www.minfin.ru</a>
3.	Международный валютный фонд	<a href="http://www.imf.org">www.imf.org</a>
4.	Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования	<a href="http://www.forecast.ru">www.forecast.ru</a>
5.	Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по РБ	<a href="http://www.bashstat.ru">www.bashstat.ru</a>
6.	Информационно-издательский центр «Статистика России»	<a href="http://www.infostat.ru">www.infostat.ru</a>
7.	Информационно-аналитический сайт в области информационных технологий	<a href="http://citforum.ru">citforum.ru</a>
8.	Издание о высоких технологиях	<a href="http://cnews.ru">cnews.ru</a>
9.	Библиотека Г. Верникова – все о менеджменте и ИТ - подборка аналитических материалов по вопросам экономики, менеджмента и информационных технологий.	<a href="http://vernikov.ru">vernikov.ru</a>
10.	Официальный портал ИТ-директоров (Реестр ИТ-поставщиков)	<a href="http://globalcio.ru">globalcio.ru</a>
11.	Журнал СЮ – руководитель информационной службы	<a href="http://cio-world.ru">cio-world.ru</a>



12.	Электронно-библиотечная система	ZNANIUM.COM
13.	Единый архив экономических и социологических данных ВШЭ	<a href="http://sophist.hse.ru/">http://sophist.hse.ru/</a>

1. База данных периодических изданий на платформе EastView: «Вестники Московского университета», «Издания по общественным и гуманитарным наукам» - <https://dlib.eastview.com/>
2. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://window.edu.ru>
3. Научная электронная библиотека eLibrary.ru - <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
4. Справочно-правовая система Консультант Плюс - <http://www.consultant.ru/>
5. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – <https://biblioclub.ru/>
6. Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ» – <https://elib.bashedu.ru/>
7. Электронная библиотечная система издательства «Лань» – <https://e.lanbook.com/>
8. Электронный каталог Библиотеки БашГУ – <http://www.bashlib.ru/catalogi>.
9. Архивы научных журналов на платформе НЭИКОН (Cambridge University Press, SAGE Publications, Oxford University Press) - <https://archive.neicon.ru/xmlui/>
10. Издательство «Annual Reviews» - <https://www.annualreviews.org/>
11. Издательство «Taylor&Francis» - <https://www.tandfonline.com/>
12. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.
13. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.
14. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle)

## 6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
<p><b>1. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:</b> аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус)</p> <p><b>2. учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:</b> лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305</p>	<p><b>лаборатория социально-экономического моделирования № 107:</b> учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 18 шт.</p> <p><b>лаборатория анализа данных № 108:</b> учебная мебель, доска, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 17 шт.</p> <p><b>аудитория № 110:</b> учебная мебель, доска, телевизор led.</p> <p><b>аудитория № 111:</b> учебная мебель, доска, телевизор led.</p> <p><b>аудитория № 114:</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 115:</b> учебная мебель, колонки (2 шт.), динамики, dvd плеер toshiba, магнитола sony (4 шт.) (помещение, ул. карла маркса, д.3, корп.4)</p> <p><b>аудитория №118:</b> учебная мебель, проектор benq, колонки (2 шт.), музыкальный центр lg, флипчарт магнитно-маркерный на треноге</p> <p><b>аудитория № 122:</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 204:</b> учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.</p> <p><b>аудитория № 207:</b> учебная мебель, доска, телевизор led tcl.</p> <p><b>аудитория № 208:</b> учебная мебель, доска, телевизор led tcl.</p> <p><b>аудитория № 209:</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 210:</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 212:</b> учебная мебель, доска, проектор infocus.</p> <p><b>аудитория № 213:</b> учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.</p> <p><b>аудитория № 218:</b> учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор infocus.</p> <p><b>аудитория № 220:</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 221</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 222</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 301</b> учебная мебель, экран на штативе, проектор aser.</p>

(гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).

**3. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:** лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).

**4. учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:** лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212

**аудитория № 302**

учебная мебель, персональный компьютер в комплекте hp, моноблок, персональный компьютер в комплекте моноблок игu.

**аудитория № 305**

учебная мебель, доска, проектор infocus.

**аудитория № 307**

учебная мебель, доска.

**аудитория № 308**

учебная мебель, доска.

**аудитория № 309**

учебная мебель, доска.

**лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а**

учебная мебель, доска, персональный компьютер lenovo thinkcentre – 16 шт.

**лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в**

учебная мебель, доска, персональный компьютер в комплекте № 1 игu corp 510 – 14 шт.

**аудитория № 312**

учебная мебель, доска.

(гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).

**5.помещения для самостоятельной работы:** аудитория № 302 читальный зал (гуманитарный корпус).

**6. помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования:** аудитория № 115 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), 118 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4)