Приложение 5

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, информационных технологий и креативных индустрий
Кафедра управления, сервиса и туризма

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института

Т. М. Кожевникова
«17» июня 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.4 Инновационные технологии сервиса в жилищно-коммунальном комплексе

Направление подготовки/специальность: 43.04.01 - Сервис

Профиль/направленность/специализация: Технологии сервиса в ЖКХ

Уровень высшего образования: магистратура

Квалификация: Магистр

год набора: 2026

Тамбов, 2026

Авторы программы:
Кандидат экономических наук, доцент Мачалкин Сергей Евгеньевич
Доктор экономических наук, профессор Кузнецов Игорь Анатольевич

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.01 - Сервис (уровень магистратуры) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 518).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры управления, сервиса и туризма «____»_____ 20__ г. Протокол № ___

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, информационных технологий и креативных индустрий, Протокол от «17» июня 2026 г. № 10.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины…… 4

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры…… 4

3. Объем и содержание дисциплины…… 5

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства…… 9

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)…….. 21

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины…… 23

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы……. 24

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-4 Способен разрабатывать технологии сервиса в жилищно-коммунальном хозяйстве

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- технологический

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 33 Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и пр. (в сфере оказания услуг и сервисного обслуживания))

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ПК-4 Способен разрабатывать технологии сервиса в жилищно-коммунальном хозяйстве	Систематизирует и обобщает информацию об энергосбережении, информационных и инновационных технологиях, применяемых в жилищно-коммунальном хозяйстве

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-4 Способен разрабатывать технологии сервиса в жилищно-коммунальном хозяйстве

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения			
		Очная (семестр)		Заочная (семестр)	
		1	4	1	5
1	Преддипломная практика		+		+
2	Прогнозирование и планирование в сфере ЖКХ	+		+	
3	Стратегическое управление и проектирование в сфере ЖКХ	+		+	

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры:

Дисциплина «Инновационные технологии сервиса в жилищно-коммунальном комплексе» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 43.04.01 - Сервис.

Дисциплина «Инновационные технологии сервиса в жилищно-коммунальном комплексе» изучается в 2 семестре.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 3 з.е.

Очная: 3 з.е.

Заочная: 3 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)	Заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	**108**	**108**
Контактная работа	24	8
Лекции (Лекции)	12	2
Практические (Практ. раб.)	12	6
Самостоятельная работа (СР)	84	100
Зачет	-	-

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.						Формы текущего контроля
		Лекции		Практ. раб.		СР		
		О	З	О	З	О	З	
2 семестр								
1	Введение. Виды инноваций и формирование маркетинговой стратегии компании	2	2	-	-	8	8	Собеседование; Практическое задание
2	Инновационная деятельность как объект управления	2	-	-	-	8	8	Опрос; Практическое задание
3	Инновационная инфраструктура	2	-	-	-	8	8	Практическое задание; Опрос
4	Регулирование инновационной деятельности	2	-	2	-	8	8	Опрос; Тестирование
5	Организация инновационной деятельности на предприятии сервиса	2	2	2	-	12	8	Собеседование; Опрос
6	Процесс создания, оценки и позиционирование нового товара	2	-	2	2	12	10	Практическое задание; Собеседование
7	Маркетинг технологии	-	2	2	2	8	12	Практическое задание; Собеседование
8	Маркетинг инжиниринга	-	-	2	2	8	12	Практическое задание; Собеседование

9	Виды инноваций и формирование маркетинговой стратегии компании	-	2	2	2	10	12	Тестирование

Тема 1. Введение. Виды инноваций и формирование маркетинговой стратегии компании

Лекция.

Инновация: понятие и сущность. Основные свойства, критерии инновации. Критерии выделения типов инноваций: степень новизны инноваций, характер практической деятельности, технологические параметры. Базисные и улучшающие инновации, особенности их динамики. Потоки инноваций. Производственные и управленческие инновации; причины организационного лага. Продуктовые и процессные инновации. Фазы развития нового класса продуктов. Синхронный подход к развитию инноваций. Интенсивность и скорость осуществления инноваций.

Практическое занятие.

1. Базисные и улучшающиеся инновации.
2. Потоки инноваций.
3. Интенсивность инноваций

Задания для самостоятельной работы.

Анализ ситуации «Российский рынок инноваций в современных условиях»:

а) дайте оценку современной ситуации на российском рынке инноваций;

б) аргументируйте, какие меры могли бы предпринять российские производители для завоевания рынка инноваций;

в) аргументируйте, как влияет инновационная активность в стране на инновационную активность организаций.

Тема 2. Инновационная деятельность как объект управления

Лекция.

Инновационная деятельность как объект управления. Инновационный процесс. Основные компоненты инновационного процесса. Динамика инновационного процесса. Движущие силы и стимулы инновационной деятельности, барьеры и пути их преодоления. Основные элементы структуры инновационной деятельности; инновационная инфраструктура. Инновационные проекты и проекты поддержки инновационной деятельности. Субъекты инновационной деятельности. Инновационный потенциал государства, региона, отрасли, организации.

Практическое занятие.

не предусмотрено

Задания для самостоятельной работы.

1. Движущие силы и стимулы инновационной деятельности, барьеры и пути их преодоления.
2. Инновационные проекты поддержки инновационной деятельности.
3. Инновационный потенциал государства, региона, отрасли, организации.

Тема 3. Инновационная инфраструктура

Лекция.

Инновационная инфраструктура: понятие, основные задачи. Элементы инновационной инфраструктуры. Технопарковые структуры, их основные формы: научные парки, технологические и исследовательские парки, бизнес-инкубаторы, технополисы и др. Особенности инкубаторов как элементов инновационной инфраструктуры. Характерные черты технополисов. Интеграционные и синергетические процессы в инновационной инфраструктуре.

Практическое занятие.

1 Технопарковые структуры, их основные формы.

2 Особенности инкубаторов как элементов инновационной инфраструктуры.

Характерные черты технополисов

Задания для самостоятельной работы.

Задание: (интерактивная форма в виде решения кейса)

Проведение стратегического анализа компании на основе ситуации «Неэффективный сервисный продукт (услуга)»:

а) определите рынок и целевые сегменты для выпускаемого продукта (услуги);

б) выделите конкурентные преимущества компании НТМ для каждого целевого сегмента;

в) проведите SWOT-анализ компании;

г) предложите варианты альтернативных стратегий компании по элементам «4р».

Тема 4. Регулирование инновационной деятельности

Лекция.

Выработка и проведение инновационной политики. Виды регулирования инновационной деятельности: организационное, экономические, финансовое, нормативно правовое. Уровни регулирования инновационной деятельности. Системный подход к управлению инновациями. Государственное регулирование инновационной деятельности. Разработка инновационных прогнозов и стратегий. Приоритеты государственной инновационной политики. Федеральные целевые программы. Программы технологического развития. Основные факторы государственного регулирования инновационной деятельности. Структура НИОКР, задачи ее оптимизации. Основные пути и формы сотрудничества инновационных предприятий, преодоление барьеров. Принципы финансового регулирования инновационной деятельности. Договорные основы осуществления инновационной деятельности.

Практическое занятие.

Задание (интерактивная форма в виде групповой дискуссии).

Анализ ситуации «Освоение наукоемких технологий в промышленных организациях»:

а) дать оценку технологического уклада сервисных организаций;

б) обосновать целесообразность реновaций основных фондов;

в) выделить меры Правительства РФ, позволяющие отечественным производителям обеспечить конкурентоспособность и эффективность в рыночных отношениях;

г) рассмотреть преимущества конкурсного выполнения НИОКР с целью создания образцов новой техники.

Задания для самостоятельной работы.

1. Разработка инновационных прогнозов и стратегий.
2. Структура НИОКР, задачи ее оптимизации.
3. Договорные основы осуществления инновационной деятельности.

Тема 5. Организация инновационной деятельности на предприятии сервиса

Лекция.

Сервис как мобильно развивающаяся сфера. Организация инновационной деятельности на предприятии сервиса. Построение организационных структур научно-исследовательских и проектных работ. Координация и контроль инновационной деятельности. Управление персоналом в инновационной деятельности. Состав персонала. Системы кадровой работы. Система мотивации персонала.

Практическое занятие.

1. Управление инновационным развитием организации. Задание.

2. Оценка сьалансированного товарного портфеля компании за счет новых видов продуктов с использованием программного продукта Marketing Analytic, модуля Portfolio.

Задания для самостоятельной работы.

1. Организация инновационной деятельности на предприятии сервиса.
2. Управление персоналом в инновационной деятельности.

3. Система мотивации персонала.

Тема 6. Процесс создания, оценки и позиционирование нового товара

Лекция.

Генерирование идеи нового товара. Отбор идей. Разработка концепции нового товара и ее проверка. Оценка наукоемкой продукции с точки зрения маркетинга. Новизна товара и ее классификация. Научно-технический уровень (НТУ) нововведений и методы его оценки. Коммерческое значение повышения НТУ продукции. Регрессивные изобретения. Конкурентоспособность нововведений. Использование полигонных графиков для целей позиционирования новой продукции (карта потребительских предпочтений). Тестирование нового товара в рыночных условиях. Процесс восприятия товара потребителем. Барьеры восприятия нового товара. Этапы процесса восприятия новинки. Факторы, влияющие на процесс восприятия инноваций. Особенности покупательского поведения в России по отношению к новым товарам. Жизненный цикл инновации на рынке. Эффективная организация разработки новых товаров. Концепция бригад маркетингового действия.

Практическое занятие.

Разработка стратегии продвижения новых продуктов (услуг) на рынок.

Задание (интерактивная форма в виде деловой игры).

Деловая игра «Разработка программы продвижения Интернет-продукта»:

а) проведите анализ основной цели, стоящей перед компанией, сформулируйте маркетинговую цель;

б) определите рынок и целевые сегменты для нового Интернет-продукта;

в) выделите конкурентные преимущества компании ТМС для каждого целевого сегмента;

г) предложите возможные варианты проведения позиционирования компании ТМС в каждом целевом сегменте;

д) составьте по каждому перспективному варианту «продукт-микс», «микс цены», «микс дистрибуции», «микс коммуникации»;

е) продумайте какие потребуются финансовые затраты для реализации стратегий и какими могут быть их источники.

Задания для самостоятельной работы.

1. Научно-технический уровень (НТУ) нововведений и методы его оценки.

2.Барьеры восприятия нового товара.

3. Концепция бригад маркетингового действия.

Тема 7. Маркетинг технологии

Лекция.

Особенности маркетинга технологии. Порядок маркетинга технологии. Формулировка целей фирмы при продаже технологии. Анализ рынка конечного продукта, производимого по технологии. Исследование технологии и ее рынка. Разработка пакета предложений по продаже лицензии. Отбор потенциальных лицензиатов. Разработка проекта лицензионного соглашения. Ведение переговоров и подписание лицензионного контракта.

Практическое занятие.

Задание (интерактивная форма в виде деловой игры).

Деловая игра «Разработка проекта исследования спроса на рынке услуг».

1) Постановка целей и задач деловой игры (ДИ).

2) Разделение студентов на малые группы и определение основных ролей в группах для выполнения заданий.

3) Постановка заданий к ДИ:

а) разработка модели оценки спроса на новую услугу;

б) определение информации, необходимой для осуществления расчетов;

в) выбор метода сбора данных и разработка плана проведения исследования;

г) разработка формы для сбора данных.

4) Работа в малых группах, подготовка презентации результатов групповой дискуссии с использованием возможностей Power Point.

5) Презентация и обсуждение результатов групповых работ

Задания для самостоятельной работы.

1.Порядок маркетинга технологии.

2.Отбор потенциальных лицензиатов.

3. Ведение переговоров и подписание лицензионного контракта.

Тема 8. Маркетинг инжиниринга

Лекция.

Особенности маркетинга инжиниринга. Исследование рынка инжиниринговых услуг. Ценообразование на инжиниринговые услуги. Инжиниринговый контракт. Продвижение инжиниринговых услуг на рынке.

Практическое занятие.

Деловая игра «Разработка и тестирование концепции новой услуги на рынке санаторно-оздоровительных услуг»:

1. Постановка целей и задач деловой игры (ДИ).

2. Разделение студентов на малые группы и определение основных ролей в группах для выполнения заданий.

3. Постановка заданий к ДИ:

а) разработка концепта новой услуги;

б) определение метода тестирования концепта;

в) разработка плана проведения исследования.

4. Работа в малых группах, подготовка презентации результатов групповой дискуссии с использованием возможностей Power Point.

5. Презентация и обсуждение результатов групповых работ.

Задания для самостоятельной работы.

1. Особенности маркетинга инжиниринга.
2. Ценообразование на инжиниринговые услуги.
3. Продвижение инжиниринговых услуг на рынке.

Тема 9. Виды инноваций и формирование маркетинговой стратегии компании

Лекция.

Роль маркетинга в инновационном развитии общества. Понятие инновации.Классификация инноваций. Функции инноваций. Понятие инновационного процесса. Стадии инновационного процесса. Значение особенностей маркетинга в инновационной сфере. Основы концепции маркетинга инноваций. Сущность и виды маркетинга инноваций. Стратегии маркетинга инноваций в функциональной системе предприятия. Управление маркетингом инноваций.

Практическое занятие.

не предусмотрено

Задания для самостоятельной работы.

1. Основные факторы влияния на инновационный процесс.
2. Метод SLEPT-анализа инновационного продукта.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

2 семестр

- посещаемость – 10 баллов

- текущий контроль – 70 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ темы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Max. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Введение. Виды инноваций и формирование маркетинговой стратегии компании	Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
		Практическое задание	5	5 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов; 4 балла – студент выполнил работу, допустив ошибку и или недочет; 3 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов; 2 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов; 1 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок.
2.	Инновационная деятельность как объект управления	Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Практическое задание	5	5 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов; 4 балла – студент выполнил работу, допустив ошибку и или недочет; 3 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов; 2 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов; 1 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок.

3.	Инновационная инфраструктура	Практическое задание	5	5 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 4 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 3 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 2 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 1 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок
		Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
4.	Регулирование инновационной деятельности	Опрос	1	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Тестирование(контрольный срез)	10	10 баллов – студент выполнил работу без ошибок и недочетов, допустил не более одного недочета. 8 баллов – студент выполнил работу полностью, но допустил в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух недочетов. 6 баллов – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 4 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 2 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок

5.	Организация инновационной деятельности на предприятии сервиса	Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
		Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.

6.	Процесс создания, оценки и позиционирование нового товара	Практическое задание	5	Презентация подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как: - содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели. ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала; - оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления; - личностные качества: ораторские способности. соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы: - содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы. 4 балла – презентация соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию 3 балла - презентация соответствует теме, структура отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. В оформлении имеются недоработки. 2 балла – в структуре и оформлении презентации имеются недоработки, материал представлен в презентации не рационально, мало иллюстративного материала, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы
		Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
7.	Маркетинг технологии	Практическое задание	4	4 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 3 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 2 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 1 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок

		Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
8.	Маркетинг инжиниринга	Практическое задание	5	5 балла – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 4-3 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 2 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 1 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок
		Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
9.	Виды инноваций и формирование маркетинговой стратегии компании	**Тестирование(контрольный срез)**	10	10 баллов – студент выполнил работу без ошибок и недочетов, допустил не более одного недочета. 8 баллов – студент выполнил работу полностью, но допустил в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух недочетов. 6 баллов – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 4 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 2 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок
10.	Посещаемость		10	100% посещение занятий
11.	Премиальные баллы		20	- за проект, выполненный по заказу работодателя и реализованный на практике – 15 баллов; - полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 10 баллов; - победа в межрегиональной олимпиаде – 15 баллов; - участие с докладом во всероссийской олимпиаде по тематике изучаемой дисциплине – 15 баллов; - публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в сборнике студенческих работ / материалах всероссийской конференции / журнале из перечня ВАК – 5 / 15 / 20
12.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы		70	Тестирование по всему курсу (50 вопросов)
13.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по зачету выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
50 - 100 баллов	Зачтено

0 - 49 баллов	Не зачтено

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Опрос

Тема 2. Инновационная деятельность как объект управления

1 Инновационный процесс.
2 Основные компоненты инновационного процесса.
3 Динамика инновационного процесса.
4 Движущие силы и стимулы инновационной деятельности, барьеры и пути их преодоления.
5 Основные элементы структуры инновационной деятельности; инновационная инфраструктура.
6 Инновационные проекты и проекты поддержки инновационной деятельности.
7 Субъекты инновационной деятельности.
8 Инновационный потенциал государства, региона, отрасли, организации.

Тема 3. Инновационная инфраструктура

1. Понятие, роль и функции инноваций в эволюции общества.
2. Классификация инноваций в сфере сервиса: формы, виды, типы.
3. Практики корпоративных инновационных проектов ведущих сервисных компаний.
4. 10 типов инноваций Ларри Кили и их применяемость в сфере сервиса.
5. Теория диффузии инноваций. Примеры диффузии инноваций в сфере сервисных услуг.
6. Жизненный цикл инноваций на примере сервисного продукта.
7. Структурный анализ инновации: методика и практика декомпозиции, креативные техники и атрибуты генерации инноваций.
8. Креативность как основа инновации: виды, технологии, свойства креативности. Креативность в сервисном бизнесе.
9. Субъекты инновационного предпринимательства в сфере услуг. Роль предпринимателя в инновационных процессах.
10. Инновационная стратегия сервисного предприятий. Классификация инновационных стратегий.

Тема 4. Регулирование инновационной деятельности

1 Виды регулирования инновационной деятельности.
2 Уровни регулирования инновационной деятельности.
3 Системный подход к управлению инновациями.
4 Государственное регулирование инновационной деятельности.
5 Разработка инновационных прогнозов и стратегий. Приоритеты государственной инновационной политики.
6 Федеральные целевые программы.
7 Программы технологического развития.
8 Основные факторы государственного регулирования инновационной деятельности.
9 Структура НИОКР, задачи ее оптимизации.

Тема 5. Организация инновационной деятельности на предприятии сервиса

1 Новые формы и виды сервиса в сервисных услугах ЖКК.
2 Новые формы и виды сервиса в сервисных услугах ЖКК.
3 Сервисные инновационные ресурсы в сети Интернет.
4 Электронные системы онлайн-заказа сервисного обслуживания.
5 Электронные системы проектирования сервисного продукта.

6 Ресурсная база инновационного проектирования сервисного продукта

Практическое задание

Тема 1. Введение. Виды инноваций и формирование маркетинговой стратегии компании

Задача 1.

1. Принять решение об инновации по предложенному виду инновации в свете удовлетворения потребностей клиентов.
2. Определить и описать цели внедрения инновации, а также меры по их достижению.
3. Описать инновацию в понятиях комплекса маркетинга в следующей последовательности:

1) описание инновационного товара или услуги;

2) получение экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта от внедрения инновации.

2. Опишите преимущества внедрения инновации (используя описание различий, и как это различие может превратиться в конкретное преимущество).

2. Разработать план мероприятий по внедрению инновации, который должен включать в себя перечень работ, продолжительность каждой работы по времени и перечень лиц, ответственных за исполнение определенной работы.

1) оформить в виде таблицы перечень работ по созданию и реализации инновации;

2) определить критический путь инновационного проекта (оформить расчеты в таблице);

3) рассчитать коэффициенты напряженности и сделать соответствующий вывод

Тема 2. Инновационная деятельность как объект управления

1. Обучающиеся делятся на несколько групп. Группы должны составить характеристику своих организаций:

- Расположение
- Стратегия развития (финальная цель и подцели)
- Стратегия повышения инновационной активности (каким способом достигается улучшение показателей управляющей организации)
- Перечень информационных ресурсов, используемых в деятельности организаций

2. Противопоставление указанных характеристик между управляющими организациями, выявление лидера.

3. Разбор ситуаций, предложенных преподавателем, исходя из составленных критериев.

Тема 3. Инновационная инфраструктура

1. Повторение теоретического материала лекции
2. Рассмотрение экономических инноваций и управленческих инновации в России и за рубежом.
3. Определение возможностей введения управленческих инноваций.

Тема 6. Процесс создания, оценки и позиционирование нового товара

Тематика презентаций:

- Понятие и основные требования к новизне услуги (товара) и ее классификация.
- Научно-технический уровень (НТУ) нововведений и методы его оценки.
- Коммерческое значение повышения НТУ продукции.
- Конкурентоспособность нововведений.
- Тестирование нового товара в рыночных условиях.
- Процесс восприятия товара потребителем.

- Этапы процесса восприятия новинки.
- Факторы, влияющие на процесс восприятия инноваций.
- Особенности покупательского поведения в России по отношению к новым товарам.
- Жизненный цикл инновации на рынке.

Тема 7. Маркетинг технологии

1. Обучающиеся формулируют индивидуальные инновационные предложения для кейса «Управляющая организация».
2. Обучающиеся рандомно распределяются по группам и обсуждают свои решения в коллективе.
3. Обучающиеся выбирают лучшие предложения по методике матриц расхождений (стратегия минимизации отклонений).
4. Выбрав лучшее решение, обучающиеся осуществляют презентацию своего выбора.
5. Структура презентации:

- Титульный слайд
- Слайды с перечислением предложений каждого проекта (с указанием автора) - Четвёртый слайд
- матрица расхождения.
- Пятый слайд с выводами, как выбранные командой решения должны повлиять на проект в целом. Возможные негативные последствия

Тема 8. Маркетинг инжиниринга

Изучить цели и задачи ресурсосбережения, как управлять сбережением ресурсов МКД. Определить современные инновационные мероприятия по ресурсосбережению проводят в МКД.

Собеседование

Тема 1. Введение. Виды инноваций и формирование маркетинговой стратегии компании

1. Инновация: понятие и сущность.
2. Основные свойства, критерии инновации.
3. Критерии выделения типов инноваций.
4. Базисные и улучшающие инновации, особенности их динамики.

Тема 5. Организация инновационной деятельности на предприятии сервиса

1 Анализ спроса на инновационную продукцию сервисного предприятия: механизмы и технологии.
2 Понятие, сущность и классификация инновационных проектов. Этапы разработки и участники инновационных проектов в сфере услуг ЖКК.
3 Понятие риск-менеджмента инновационного проекта. Виды и классификация рисков в инновационных проектах сервисных предприятий.
4 Стадии создания и внедрения инноваций на сервисном предприятии.
5 Инновационные технологии продаж и обмена инноваций в сфере сервисных услуг.

Тема 6. Процесс создания, оценки и позиционирование нового товара

1 Инфраструктура индустрии технологического сервиса.
2 Креативность как базис инновации в условиях цифровизации экономики.
3 Инновационные основы современной экономики.
4 Понятие «цифровых потребителей» и его роль в инновационном проектировании.
5 Представление об инновациях в сервисной деятельности.

Тема 7. Маркетинг технологии

1 Методика декомпозиции инновации в сфере сервиса.
2 Инновационная инфраструктура – основа функционирования цифровой экономики.
3 Явление «смартфонизации» в сфере сервисных услуг.
4 Новые технологии в работе сервисного предприятия: возможности и угрозы.
5 Инновационный человек: формирование компетенций инновационной деятельности в работе сервисного предприятия. Запросы «инновационного потребителя»

Тема 8. Маркетинг инжиниринга

1 Инновационный человек: формирование компетенций инновационной деятельности в работе сервисного предприятия. Запросы «инновационного потребителя».
2 Проектирование инноваций в сфере сервиса: инновации сервисного продукта.
3 Проектирование инноваций в работе сервисного предприятия: инновации технологий разработки сервисных услуг.
4 Проектирование инноваций в работе сервисного предприятия: технические инновации в сфере сервисных услуг.
5 Проектирование инноваций в работе сервисного предприятия: инновации в маркетинге и управлении сервисными услугами

Тестирование

Тема 4. Регулирование инновационной деятельности

1. Процесс перевода новации в инновацию требует затрат, основными из которых являются:
А) финансы и информация;
Б) труд и капитал;
В) инвестиции и время.
2. Основными компонентами инновационного маркетинга:
А) инвестиции, новшества, время;
Б) новшества, инвестиции, информация;
В) новшества, инвестиции, нововведения.
3. К сфере инновационного маркетинга относят:
А) рынок чистой конкуренции, рынок капитала, рынок новаций;
Б) рынок чистой конкуренции, рынок технологий;
В) рынок услуг, рынок технологий.
4. В условиях рыночной экономики преобладающим субъектом инновационного маркетинга, становится:
А) менеджер;
Б) предприниматель;
В) научный сотрудник.
5. По типу инноваций выделяют:
А) радикальные и улучшающие;
Б) материально-технические и социальные;
В) радикальные, социальные и комбинаторные.
6. По инновационному потенциалу выделяют инновации:
А) радикальные, улучшающие, комбинаторные.
Б) радикальные, комбинаторные.
В) радикальные и улучшающие.
7. Цифровой фотоаппарат относится, к какому типу инноваций:
А) радикальные,
Б) улучшающие,

В) комбинаторные.

8. Результатом маркетинга инноваций является:

А) оценка рыночного потенциала;

Б) оценка конкурентоспособности нового товара;

В) оценка рыночного поведения потенциального покупателя.

9. Процесс введения инновации на рынок принято называть:

А) инновационный менеджмент;

Б) инновационный процесс;

В) процесс коммерциализации.

10. Какое из определений характеризует термин «инновация» наиболее полно:

А) новый метод;

Б) введение нового;

В) внедрение новшества в производственный процесс.

Тема 9. Виды инноваций и формирование маркетинговой стратегии компании

1. Процесс перевода новации в инновацию требует затрат, основными из которых являются:

А) финансы и информация;

Б) труд и капитал;

В) инвестиции и время.

2. Основными компонентами инновационного маркетинга:

А) инвестиции, новшества, время;

Б) новшества, инвестиции, информация;

В) новшества, инвестиции, нововведения.

3. К сфере инновационного маркетинга относят:

А) рынок чистой конкуренции, рынок капитала, рынок новаций;

Б) рынок чистой конкуренции, рынок технологий;

В) рынок услуг, рынок технологий.

4. В условиях рыночной экономики преобладающим субъектом инновационного маркетинга, становится:

А) менеджер;

Б) предприниматель;

В) научный сотрудник.

5. По типу инноваций выделяют:

А) радикальные и улучшающие;

Б) материально-технические и социальные;

В) радикальные, социальные и комбинаторные.

6. По инновационному потенциалу выделяют инновации:

А) радикальные, улучшающие, комбинаторные.

Б) радикальные, комбинаторные.

В) радикальные и улучшающие.

7. Цифровой фотоаппарат относится, к какому типу инноваций:

А) радикальные,

Б) улучшающие,

В) комбинаторные.

8. Результатом маркетинга инноваций является:

А) оценка рыночного потенциала;

Б) оценка конкурентоспособности нового товара;

В) оценка рыночного поведения потенциального покупателя.

9. Процесс введения инновации на рынок принято называть:

А) инновационный менеджмент;
Б) инновационный процесс;
В) процесс коммерциализации.
10. Какое из определений характеризует термин «инновация» наиболее полно:
А) новый метод;
Б) введение нового;
В) внедрение новшества в производственный процесс.

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Типовые вопросы зачета (ПК-4)

1. Инноватика как наука.
2. Инновации: понятие и сущность. Основные свойства, критерии инновации.
3. Типология инноваций. Виды инноваций.
4. Инновационная деятельность как объект управления.
5. История развития инновационной деятельности.
6. Инновационный процесс. Основные компоненты инновационного процесса.
7. Динамика инновационного процесса: движущие силы и стимулы инновационной деятельности, барьеры и пути их преодоления.
8. Инновационные проекты и проекты поддержки инновационной деятельности.
9. Субъекты инновационной деятельности.
10. Рынки инновационной деятельности: рынок интеллектуального продукта, рынок инноваций и рынок инвестиций.
11. Инновационный потенциал государства, региона, отрасли, организации.
12. Инновационная инфраструктура: понятие, основные задачи. Элементы инновационной инфраструктуры.
13. Технопарковые структуры, их основные формы.
14. Инкубаторы как элементы инновационной инфраструктуры.
15. Характерные черты технополисов.
16. Особенности инновационной деятельности в сфере туризма.
17. Особенности инновационной деятельности в гостиничном бизнесе.
18. Особенности инновационной деятельности в ресторанном бизнесе.
19. Выработка и проведение инновационной политики.
20. Виды регулирования инновационной деятельности. Уровни регулирования инновационной деятельности.
21. Государственное регулирование инновационной деятельности. Приоритеты государственной инновационной политики.
22. Структура НИОКР, задачи ее оптимизации.
23. Финансирование инновационной деятельности.
24. Договорные основы осуществления инновационной деятельности.
25. Организация инновационной деятельности на предприятии сервиса.
26. Координация и контроль инновационной деятельности.
27. Управление персоналом в инновационной деятельности.
28. Системы кадровой работы. Система мотивации.
29. Экспертиза инновационных проектов.
30. Проблема риска в инновационной деятельности. Виды рисков.

Типовые задания для зачета (ПК-4)

На реализацию инновационного проекта организация планировала потратить 80 тыс. руб., а фактически было инвестировано на 13,75% меньше. Планируемая себестоимость производства и реализации инновационной продукции должна была составить 12 тыс. руб., а фактически увеличилась на 0,5 тыс. руб. Определите показатели производственного ресурсосбережения и расхода инвестиционных средств.

Решение:

Показатель расхода инвестиционных средств .

Показатель производственного ресурсосбережения

1 1. .

Пример 2

Определите показатель квалификации научных кадров, если известно, что объём ОКР, выполненных силами предприятия без привлечения сторонних организаций, составляет 16 тыс. руб., а фактически выполненный объём ОКР равен 13,6 тыс. руб.

Решение:

По формуле определяем показатель квалификации

научных кадров :

Пример 3

Планируемый объём продаж инновационной продукции равен 98 тыс. руб., фактическая себестоимость инновационной продукции составила 46 тыс. руб. Чистая прибыль, полученная за счёт реализации инновационной продукции , – 71,4 тыс. руб., а общий размер чистой прибыли, полученной предприятием при реализации всей продукции, – 98,3 тыс. руб. Необходимо определить показатели исполнения маркетинговых прогнозов и результативности инновационного развития.

Решение:

Объём продаж (выручку) от реализации инновационной продукции как сумму полной себестоимости и чистой прибыли

Показатель исполнения маркетинговых прогнозов

Показатель результативности инновационного развития

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	ПК-4	
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	ПК-4	

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;

- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.

- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентаци, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);

- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);

- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);

- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;

- полнота и глубина ответа;

- сознательность ответа;

- логика изложения материала;

- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;

- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;

- использование дополнительного материала;

- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели. ссылки на ресурсы. соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;

- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;

- личностные качества: ораторские способности. соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы:

- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Готлиб Е. М. Инновационная деятельность в СССР и современной России : учебное пособие. - Казань: Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2009. - 103 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=270553

6.2 Дополнительная литература:

1. Исаев М. И. Инновационная деятельность студентов вуза / Современные педагогические технологии профессионального образования : сборник статей по материалам IV-й международной научно-практических конференций : материалы конференций. - Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2020. - 4 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=594718

2. Лазарева, Л. И. Информационная культура и инновационная деятельность учителя : монография. - Весь срок охраны авторского права; Информационная культура и инновационная деятельность учителя. - Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, Научно-методический центр, 2013. - 140 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/55770.html

3. Клавсуц, И. Л., Русин, Г. Л. Инновационная деятельность в аспекте коммерциализации интеллектуальной собственности : монография. - 2025-02-05; Инновационная деятельность в аспекте коммерциализации интеллектуальной собственности. - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2016. - 156 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/91351.html

4. Родионов А. Т. Инновационная деятельность в России и за рубежом. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 81 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87822

5. Демиева, А. Г. Предпринимательская деятельность без образования юридического лица. - 2024-06-01; Предпринимательская деятельность без образования юридического лица. - Москва: Статут, 2016. - 112 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/58276.html

6.3 Иные источники:

1. Интернет-энциклопедии - http://www.rubicon.com/
2. Мир новой экономики - http://economicus.ru
3. Национальный открытый университет «ИНТУИТ» - http://intuit.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

LiteManager Pro - Server

Альт-Инвест сумм

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Skype

Statistica Base 10 for Windows RU

Операционная система "Альт Образование"

Операционная система Microsoft Windows XP SP3

1С:Предприятие 8.2 (8.2.18.61) учебная

Электронный периодический справочник "Система ГАРАНТ"

IBM SPSS Statistics 20

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Справочная правовая система "Консультант плюс". – URL: http://www.consultant.ru
2. Юрайт: образовательная платформа, электронно-библиотечная система. – URL: https://urait.ru

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.