

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

ФТД.В.02
(индекс дисциплины)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Управление проектом создания инновационной продукции

(наименование дисциплины)

по направлению подготовки

38.04.02 Менеджмент

направленность (профиль) / специализация

Управление инновациями

Форма обучения: очная

Год набора: 2020

Общая трудоемкость: 3 ЗЕ

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр	2	Итого
Форма контроля	Зачет	
Вид занятий		
Лекции	4	4
Лабораторные		
Практические	8	8
Руководство: курсовые работы (проекты) / РГР		
Промежуточная аттестация	0,25	0,25
Контактная работа	12,25	12,25
Самостоятельная работа	95,75	95,75
Контроль		
Итого	108	108

Рабочую программу составил(и):

Профессор департамента магистратуры (бизнес-программ), доктор экономических наук,
доцент, Даньшина В.В.

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

Рецензирование рабочей программы дисциплины:



Отсутствует



Рецензент

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

Рабочая программа дисциплины составлена на основании ФГОС ВО и учебного плана
направления подготовки 38.04.02 Менеджмент

Срок действия рабочей программы дисциплины до «30» августа 2022 г.

СОГЛАСОВАНО

Руководитель департамента предпринимательства

«__» _____ 20__ г.

(подпись)

Н.С. Карцева

(И.О. Фамилия)

УТВЕРЖДЕНО

На заседании департамента магистратуры (бизнес-программ)

(протокол заседания № 1 от «30» августа 2019 г.).

1. Цель освоения дисциплины

Цель – формирование у студентов системы знаний, направленных на разработку и выполнение инновационного проекта, навыков эффективного планирования и управления инновационными проектами и оценки их эффективности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Данная практика относится Блоку 3 «ФТД. Факультативы» (вариативная часть).

Дисциплины, учебные курсы, на освоении которых базируется данная дисциплина (учебный курс) – «Маркетинг инноваций», «Управление инновационными проектами», «Бизнес-планирование внедрения инноваций».

Дисциплины, учебные курсы для которых необходимы знания, умения, навыки, приобретаемые в результате изучения данной дисциплины (учебного курса) – «Коммерциализация инноваций», «Организация и управление производством инновационной продукции», «Эффективные методы управления производством», «Стартапы».

3. Планируемые результаты обучения

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Планируемые результаты обучения
способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2)	-	Знать: - методы разработки корпоративной стратегии; - программы организационного развития и изменений и способы обеспечения их реализации; - стратегию развития научно-технического и инновационного потенциала страны
		Уметь: - разрабатывать корпоративную стратегию; - разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию
		Владеть: - методами разработки корпоративной стратегии; - навыками разработки программ организационного развития и изменений и обеспечением их реализации

4. Структура и содержание дисциплины

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
Раздел 1. Термины и понятия управления проектом создания инновационной продукции	Лек	Тема 1.1. Виды инноваций и их классификация	2	2	-	-	
	Ср	Тема 1.2. Основные термины и понятия проектного управления		8	-	-	
	Ср	Тема 1.3. Разработка концепции инновационного проекта		8	-	-	
Раздел 2. Планирование проекта создания инновационной продукции	Ср	Тема 2.1. Содержание инновационного проекта		8	-	-	
	Ср	Тема 2.2. Планирование человеческих ресурсов		8	-	-	
	Ср	Тема 2.3. Определение подстраховки и временных резервов. Сокращение сроков проекта		6	-	-	
	Пр	Практическая работа 1 Составление плана проекта создания инновационной продукции		2	-	-	Тест, кейс-задача
Раздел 3. Планирование поставок для проекта создания инновационной продукции	Ср	Тема 3.1. Планирование поставок в проекте		6	-	-	
	Ср	Тема 3.2. Оценка и выбор поставщиков.		6	-	-	
	Пр	Практическая работа 2. Оценка поставщиков. Составление рейтинга поставщиков		2	-	-	Тест, кейс-задача
Раздел 4. Управление рисками проекта создания инновационной	Ср	Тема 4.1. Классификация рисков инновационного проекта. Анализ чувствительности к рискам		6	-	-	
	Ср	Тема 4.2. Анализ сценариев рисков. Анализ моделей рисков		6	-	-	

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
продукции	Ср	Тема 4.3. Экспертная оценка рисков		6	-	-	
	Пр	Практическая работа 3. Проведение анализа сценариев и моделей рисков.		2	-	-	Тест, кейс-задача
Раздел 5. Бюджет проекта создания инновационной продукции	Лек	Тема 5.1. Разработка бюджета проекта. Статьи затрат проекта		2	-	-	
	Ср	Тема 5.2. Затраты на качество проекта		6	-	-	
	Ср	Тема 5.3. Финансовый план проекта		6	-	-	
	Пр	Практическая работа 4. Разработка статей затрат проекта		2	-	-	Тест, кейс-задача
Раздел 6. Методы управления проектом создания инновационной продукции	Ср	Тема 6.1. Мониторинг и оценка результативности проекта		7,75	-	-	
	Ср	Тема 6.2. Оценка эффективности проекта		8	-	-	
	ПА			0,25	-	-	
Итого				108	-		

5. Образовательные технологии

В рамках изучения дисциплины «Управление проектом создания инновационной продукции» предусмотрено использование дистанционных образовательных технологий.

6. Методические указания по освоению дисциплины

При подготовке к ответам на тесты по темам курса и выполнению заданий студенту необходимо тщательно изучить электронный учебник по дисциплине, предлагаемую литературу, дополнительные материалы.

Студент самостоятельно работает с дополнительной и основной литературой, Интернет-ресурсами.

7. Оценочные средства

7.1. Паспорт оценочных средств

Семестр	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
2	ПК-2	Тест, кейс-задача, вопросы к экзамену 1-60

7.2. Типовые задания или иные материалы, необходимые для текущего контроля

7.2.1 Примерные тестовые задания

1. Совокупность потребностей и мотивов, побуждающих производителя и менеджера к активной деятельности в направлении создания и продажи инновации или, наоборот, путем ее покупки и использования в хозяйственном процессе это ...

- а) маркетинг инноваций;
- б) мотивация инноваций;
- в) мотивация

2. По какой схеме осуществляется оценка инновационного потенциала?

- а) ресурсы – функции – объект;
- б) ресурсы – функции – субъект;
- в) ресурсы – функции – проект.

3. Какие элементы относятся к внешним факторам конкурентоспособности фирмы?
(выбрать несколько вариантов)

- а) связь фирмы с покупателем;
- б) уровень конкурентоспособности соперничающих фирм;
- в) технический уровень и темпы обновления продукции;
- г) государственная экономическая политика в странах-импортерах товаров и услуг;
- д) уровень квалификации руководства и персонала компании;
- е) наличие и полнота использования трудовых ресурсов.

4. Какие элементы входят в компоненты маркетинга 4Р?

- а) продавец, покупатель, продукт, продажа;
- б) продавец, продажа, продукт, покупатель;
- в) плата, продавец, продукт продвижение;
- продукт, продвижение, продажа, плата.

5. К какому блоку внутренней среды относится комплекс материально-технических, трудовых, информационных и финансовых ресурсов предприятия?

- а) продуктовый блок;
- б) ресурсный блок.

6. Рынок инноваций подвержен влиянию ...

- а) рыночной и технологической неопределенности;
- б) только рыночной неопределенности;
- в) поведения потребителей.

7. К основным инструментам реализации государственной политики можно отнести ...

- а) систему финансирования;
- б) концепцию инновационного развития;
- в) инновационную стратегию.

8. Количество товара, которое может быть куплено определенной группой потребителей в указанном регионе, в заданный отрезок времени, в рамках конкретной маркетинговой программы это ...

- а) рыночный спрос на товар;
- б) спрос на товар компании;
- в) анализ спроса на новую продукцию.

9. Что лежит в основе закона спроса? (выбрать несколько ответов)

- а) психология продавца;
- б) психология покупателя;
- в) эффект дохода;
- г) внешние факторы;
- д) принцип убывающей предельной полезности.

10. Что является наиболее важных внутренних факторов спроса на научно-техническую продукцию?

- а) коммуникационные факторы;
- б) уровень профессиональной подготовки персонала;
- в) открытость или закрытость контактов в информационном отношении;
- г) транснациональный уровень отрасли (фирмы).

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 8-10 баллов (от 80 до 100% верных ответов);
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 6-7 баллов (от 60 до 79% верных ответов);
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 3-5 баллов (от 40 до 59% верных ответов);
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 1-2 балла (менее 40% верных ответов)

7.2.2. Кейс-задача

Задание 1.

1. Проанализируйте следующую ситуацию, выделите ноу-хау и объекты интеллектуальной собственности, о которых упоминается в статье.

2. Определите условия и формы коммерциализации объектов интеллектуальной собственности, целесообразные для данного случая.

3. Какие способы защиты интеллектуальной собственности можно применить для данной ситуации.

4. Ответы обоснуйте.

Холдинг «Пермские моторы» в партнерстве с компанией «Пратт энд Уитни» представил проект нового двигателя ПС-90А2, который будет устанавливаться на гражданские авиалайнеры отечественной сборки Ил-96-300, Ту-204, Ил-76МФ, а также на военные самолеты Ту-142 и Ту-204 МО. Двигатель по некоторым параметрам заметно превосходит зарубежные аналоги.

Однако и сегодняшняя, немодифицированная версия ПС-90Ана 7% экономичнее двигателей «Роллс-Ройса» и на 4% – «Пратт энд Уитни». Но у нее есть серьезный недостаток, снижающий надежность агрегата – неэффективное охлаждение второй ступени турбины. Поэтому двигатель не выдерживает больше 4,3 тыс. часов работы без капремонта, в то время как западные аналоги работают в 5 – 6 раз дольше.

Плата за ремонт и обслуживание часто ломающихся двигателей постоянно была источником конфликтов между «Пермскими моторами» и «Аэрофлотом», который

эксплуатирует 58 двигателей – треть всех выпущенных в Перми. Неудивительно, что крупнейший российский авиаперевозчик начал по возможности воздерживаться от покупки изделий пермских моторостроителей. Отечественные «Илы» стали заменять самолетами западной сборки, а миллиардный контракт на изготовление для «Аэрофлота» 20 лайнеров Ил-96М/Т под гарантии Эксимбанка США предусматривал установку на эти машины двигателей от «Пратт энд Уитни».

Холдинг «Пермские моторы» на глазах терял рынок, и вернуть его мог только новый, более мощный и надежный, двигатель.

Была разработана новая, модифицированная версия ПС-90А2, в которой устранены основные конструктивные недостатки предшествующей модели. Установили шведские подшипники, американскую электронику, что позволило увеличить до 10 тыс. часов межремонтный ресурс. Повысили надежность, на 40% сократили расходы на эксплуатацию. Однако пока интерес к новому изделию пермяков проявили только 6 российских авиакомпаний из 12.

Новый двигатель может найти применение не только в гражданской авиации. Финансисты из «Интерроса» привлекли «Пратт энд Уитни» к разработке нового мотора под оборонный заказ. Гипотетический объем довольно велик, так как военные самолеты российской армии исчерпали ресурсы по двигателям на 60 – 70% и требуют срочной модернизации.

Помимо этого, иностранные партнеры готовы оснащать самолеты «Боинга» и «Эрбас Индастри» силовыми установками ПС-90А2, даже несмотря на то, что у «Пратт энд Уитни» есть свой двигатель PW2037.

Однако реальная ситуация может оказаться намного сложнее, чем ожидают участники проекта. Военное ведомство вряд ли станет делать ставку на двигатель, производимый при активном участии американцев. Ведь «завязав» «Пермские моторы» на свои технологии, те в любой момент могут «заморозить» проект в одностороннем порядке как угрожающий безопасности США или противоречащий интересам НАТО.

К тому же, учитывая скромные финансовые возможности Минобороны, масштабных заказов на новые двигатели не предвидится в ближайшее время. И на финансирование лизинговых проектов по гражданским самолетам у государства пока нет денег.

Однако у пермских моторов есть еще одна область применения: на их основе можно делать газоперекачивающие станции. По подсчетам специалистов, до 2007 года на покупку таких станций пойдет 3 млрд. долларов. И половину этих заказов рассчитывает получить ПМЗ.

По словам «Пермских моторов», «Пратт энд Уитни» за «интеллектуальный вклад» в разработку получает 5% от реализации ПМЗ. Владеющие существенной долей ПМЗ, американцы автоматически стали соавторами новых энергетических установок, разработанных на деньги газового монополиста «Газпрома». Кроме того, «Пратт энд Уитни» планирует монополизировать бизнес по обслуживанию всех авиамоторов в России.

По мнению специалистов, заключив с американцами договор, «Пермские моторы» лишились значительной доли прибыли, которую принесут продажи новых двигателей. И если рыночная судьба ПС-90А2 сложится удачно, «Пратт энд Уитни» многократно окупит 125 млн. долларов, выделенных на эту программу американским правительством.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он верно выполнил задание, сделал правильные выводы и внёс в выполнение задания элементы оригинальности;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он верно выполнил задание, но не смог сделать достаточно правильных и аргументированных выводов;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он не совсем верно выполнил задание, и не сделал никаких выводов, но составил правильный алгоритм выполнения задания;

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту за неудачную попытку выполнения задания.

7.2.3. Примерные тестовые задания

1. Назовите виды управления проектами с позиций системного подхода
 - а) бюджетное управление
 - б) инструментальное управление проектом
 - в) оперативное управление проектом
 - г) функциональное управление
 - д) стратегическое управление проектом

2. Выберите формулировку, определяющую сущность концепции управления проектами
 - а) концепция предусматривает проведение технико-экономического обоснования реализации проекта для получения выгоды при его осуществлении
 - б) концепция базируется на том, что развитие предприятия в рыночных условиях может быть обеспечено при помощи выполнения конкретных проектов, обеспечивающих проведение соответствующих стратегических изменений в его деятельности для достижения успеха
 - в) концепция предусматривает определение конкретных целей, стратегий и мероприятий маркетинга при реализации проекта
 - г) концепция предусматривает определение, установление, регулирование и развитие связей между элементами проекта, обеспечивающими достижение поставленных целей

3. Опишите стратегическое управление
 - а) управление организацией, осуществляющей проект
 - б) управление достижением целей проекта
 - в) управление производственной (операционной) деятельностью
 - г) управление системой целей (потребности – результаты) проекта
 - д) техническое управление

4. Опишите оперативное управление
 - а) управление организацией, осуществляющей проект
 - б) управление достижением целей проекта
 - в) управление системой целей (потребности – результаты) проекта
 - г) управление производственной (операционной) деятельностью
 - д) техническое управление

5. Назовите вид (тип) плана, разрабатываемый на четвертом уровне календарного планирования
 - а) план выполнения субконтрактов
 - б) суммарный график для контроля проекта на уровне производства или на строительной площадке
 - в) график с разбивкой по видам работ в рамках определенных комплексов на уровне производства или строительной площадки. На этом уровне определяются ресурсы и объемы конкретных работ
 - г) график с разбивкой по элементарным работам с определением конкретной трудоемкости в человеко-часах (днях)
 - д) задания-отчеты о работе, определяющие перечень конкретных заданий, образующих элемент работы

6. Назовите основные этапы работ по анализу рисков

- а) идентификация рисков применительно к конкретному риску и условиям его осуществления
- б) анализ конкретных процессов и операций в рамках деятельности по проекту на соответствие допустимым уровням риска
- в) разработка мероприятий по управлению рисками и оценка затрат на реализацию мероприятий
- г) количественный анализ
- д) резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов и страхование рисков

7. Назовите два вида анализа рисков

- а) вероятностный анализ
- б) качественный анализ
- в) количественный анализ
- г) статистический анализ
- д) экспертный анализ

8. Перечислите методы количественного анализа факторов рисков (оценки рисков), получившие наибольшее распространение

- а) статистические методы
- б) определение критических точек
- в) анализ уместности затрат
- г) использование аналогов (метод аналогий)
- д) учет рисков в плане финансирования

9. Выделите виды работ, не отражающие управление рисками

- а) формирование опытной команды специалистов (экспертов) применительно к профилю конкретного проекта, его целям и условиям осуществления
- б) разработка и контроль графиков работ по осуществлению проекта
- в) идентификация конкретных факторов риска, определение механизма (модели) влияния рисков на осуществление проекта и оценки совокупного эффекта от их воздействия
- г) распределение рисков между участниками проекта с учетом минимизации общих затрат на их нейтрализацию или компенсацию возможного ущерба.
- д) оформление отчета и разработка мероприятий, позволяющих снизить риск (риски) осуществления проекта и получения желаемого результата

10. Сформулируйте цели маркетинговых исследований по проекту

- а) оценка и анализ взаимоотношений «рынок – продукт»
- б) анализ рисков и выбор конкретных методов воздействия на них
- в) определение стратегических ограничений и проблем проекта
- г) определение (уточнение) стратегических вариантов проекта и концепции маркетинга
- д) определение важнейших проблем, касающихся воздействия проекта на окружающую среду

11. Назовите два направления анализа при разработке (уточнении) стратегии проекта, учитывающие использование стандартных средств стратегического планирования

- а) оценка привлекательности рынка или отрасли, к которой относится проект
- б) оценка прочности положения, которое может занять предприятие, осуществляющее проект
- в) создание наиболее эффективных каналов (системы) сбыта
- г) определение важнейших проблем, касающихся воздействия проекта на окружающую среду

12. Выделите работы, отражающие содержание второго этапа определения концепции маркетинга

- а) определение типов продуктов применительно к конкретной целевой группе
- б) формулирование целей в отношении удовлетворения спроса применительно к выбранной зоне (зонам) «продукт – целевая группа», ориентированные на достижение целей проекта и рыночной позиции предприятия
- в) разработка маркетинговых мероприятий
- г) создание наиболее эффективных каналов (системы) сбыта

13. Опишите основные элементы (этапы) процесса маркетингового исследования по проекту

- а) анализ структуры целевого рынка, анализ потребителей и его сегментация
- б) определение бюджета маркетинга
- в) прогнозные оценки спроса на товары и услуги, предлагаемые проектом
- г) анализ конкурентов, социально-экономической среды и внутренний (корпоративный) анализ предприятия, осуществляющего проект
- д) ценка выпуска предлагаемой проектом продукции, ее качества и соответствия требованиям рынка

14. Назовите методы оценки воздействия проекта на внешнюю среду

- а) метод функции убытков
- б) матрицы взаимодействия
- в) графические накладки
- г) метод гедонического ценообразования
- д) методы сетей и анализа систем

15. Назовите факторы инфраструктуры, ограничивающие (способствующие) осуществление проекта при его размещении

- техническая инфраструктура
- наличие транспорта и связи
- наличие вспомогательных производственных материалов и трудовых ресурсов
- элементы окружающей среды, на которые оказывает воздействия проект (атмосфера, земля, вода, флора, фауна, социальные объединения и т.п.)

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 8-10 баллов (от 80 до 100% верных ответов);
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 6-7 баллов (от 60 до 79% верных ответов);
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 3-5 баллов (от 40 до 59% верных ответов);
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если по результатам тестирования он набрал 1-2 балла (менее 40% верных ответов)

7.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.3.1. Вопросы к зачету

Семестр 2

№ п/п	Вопросы
1.	Виды инноваций и их классификация
2.	Основные термины проектного управления
3.	Основные понятия проектного управления
4.	Разработка концепции инновационного проекта
5.	Планирование содержания инновационного проекта
6.	Планирование человеческих ресурсов
7.	Определение подстраховки и временных резервов
8.	Сокращение сроков проекта
9.	Планирование поставок в проекте
10.	Оценка и выбор поставщиков
11.	Классификация рисков инновационного проекта
12.	Анализ чувствительности к рискам
13.	Анализ сценариев рисков
14.	Анализ моделей рисков
15.	Экспертная оценка рисков
16.	Разработка бюджета проекта
17.	Статьи затрат проекта
18.	Затраты на качество проекта
19.	Финансовый план проекта
20.	Мониторинг и оценка результативности проекта
21.	Оценка эффективности проекта
22.	Новые товары в рыночной стратегии
23.	Каналы распределения инновационного товара
24.	Каналы товародвижения при реализации нового товара
25.	Обоснование ценовой политики инновации расширенного ассортимента товаров
26.	Формирование системы маркетинговой информации инноваций на фирме
27.	Особенности управления маркетингом инноваций в сфере средств производства
28.	Формирование системы продвижения новой технологии
29.	План маркетинга и разработка программы реализации инноваций
30.	Жизненный цикл инноваций
31.	Источники и формы финансирования инноваций
32.	Инновационная деятельность как объект инвестирования
33.	Возможности привлечения финансирования инновационные проекты
34.	Показатели инновационной деятельности организации
35.	Основные приемы экспертизы инновационных проектов
36.	Оценка эффективности инновационной деятельности предприятия
37.	Мотивация создания, продажи и покупки инновации
38.	Методики оценки инновационного потенциала
39.	Создание конкурентных преимуществ для инновационного продукта
40.	Аспекты стратегического инновационного маркетинга
41.	Оценка конкурентоспособности нового товара
42.	Методы формирования продуктовой политики
43.	Формирование замысла, исследование возможностей

44.	Организация инновационного менеджмента на предприятии
45.	Планирование и прогнозирование при создании нового продукта
46.	Выбор и реализации инновационной стратегии
47.	Формы и методы воздействия субъектов на инновационном рынке
48.	Маркетинговая информационная система на инновационном предприятии
49.	Этапы фундаментальной научно-исследовательской работы
50.	Этапы поисковой научно-исследовательской работы
51.	Выбор и обоснование направления проведения стратегии
52.	Методы и инструменты анализа новизны товара
53.	Специфика сегментирования рынка инноваций по различным критериям
54.	Оценка эффективности инновационной деятельности предприятия
55.	Мотивация создания, продажи и покупки инновации
56.	Формирование целевых критерий инновационного продукта
57.	Инструменты маркетинга инноваций на предприятии
58.	Оценка конкурентоспособности инновационного продукта
59.	Разработка маркетинговой стратегии вывода на рынок инновационного продукта
60.	Особенности маркетингового анализа спроса на инновации

7.3.2. Критерии и нормы оценки

Семестр	Форма проведения промежуточной аттестации	Критерии и нормы оценки	
2	Зачет	«зачтено»	Студент набрал свыше 40 баллов по накопительному рейтингу
		«не зачтено»	Студент набрал 39 и менее баллов по накопительному рейтингу

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Обязательная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
1	Проскурин В. К.	Анализ, оценка и финансирование инновационных проектов	Учебное пособие	2020	ЭБС «ZNANIUM. COM»
2	Горфинкель В. Я.	Инновационный менеджмент	Учебник	2019	ЭБС «ZNANIUM. COM»
3	Иванилова С. В.	Управление инновационными проектами	Учебное пособие	2018	ЭБС "IPRbooks"

8.2. Дополнительная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
1	Стрелкова Л. В.	Экономика и организация инноваций	учебное пособие	2017	ЭБС "IPRbooks"
2	Тихомирова О. Г.	Управление проектами	учебное пособие	2019	ЭБС «ZNANIUM. COM»

8.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

- WebofScience[Электронный ресурс] : мультидисциплинарная реферативная база данных. – Philadelphia: ClarivateAnalytics, 2020–. – Режим доступа: apps.webofknowledge.com. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- Scopus [Электронный ресурс]: реферативная база данных. – Netherlands: Elsevier, 2004–. – Режим доступа: scopus.com. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- Elibrary[Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Москва: НЭБ, 2020–. – Режим доступа: elibrary.ru. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- SpringerLink[Электронный ресурс] : [база данных]. – Switzerland: SpringerNature, 1842–. – Режим доступа: link.springer.com. – Загл. с экрана. – Яз. англ.
- ScienceDirect[Электронный ресурс] : коллекция электронных книг издательства Elsevier. – Netherlands: Elsevier, 2020–. – Режим доступа: sciencedirect.com. – Загл. с экрана. – Яз. англ.
- Cambridgeuniversitypress[Электронный ресурс] : журналы издательства. – Cambridge: Cambridgeuniversitypress, 2020–. – Режим доступа: cambridge.org. – Загл. с экрана. – Яз. англ.

8.4. Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование ПО	Реквизиты договора (дата, номер, срок действия)
1	Windows: WinPro 10 RUS Upgrd OLP NL Acdmc	договор № 757 от 04.07.2018, срок действия – бессрочно; контракт № 1653 от 14.12.2018, срок действия – бессрочно
2	Office Standard: Office Stdandard 2013 Russian OLP NL AcademicEdition Office Stdandard 2016 Russian OLP NL AcademicEdition	контракт № 690 от 19.05.2015, срок действия – бессрочно договор № 757 от 04.07.2018, срок действия – бессрочно; контракт № 727 от 20.07.2016, срок действия – бессрочно
3	Mirapolis Human Capital Management	лицензионный договор № 42/02/22-К от 02.02.2022, срок действия – 31.08.2022

8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий, помещений для самостоятельной работы обучающихся (номер аудитории)	Перечень основного оборудования
1.	Аудитория вебконференций. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для	Экран телевизионный, ширмы, проектор на штативе. стол преподавательский, стулья преподавательские, Транспарант-перетяжка, системный блок .

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий, помещений для самостоятельной работы обучающихся (номер аудитории)	Перечень основного оборудования
	проведения групповых и индивидуальных консультаций Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации. (УЛК-807)	
2.	Помещение для самостоятельной работы студентов (Г-401)	Столы ученические, стулья ученические, ПК с выходом в сеть Интернет