

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 21.05.2025 11:59:56
Уникальный программный ключ:
sa953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Высшая школа управления

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ И ПРОДВИЖЕНИЕ В НАУКОЕМКИХ ОТРАСЛЯХ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.04.01 ЭКОНОМИКА

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

УПРАВЛЕНИЕ НАУКОЕМКИМИ ОТРАСЛЯМИ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2025 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Маркетинг и продвижение в наукоемких отраслях» входит в программу магистратуры «Управление наукоемкими отраслями» по направлению 38.04.01 «Экономика» и изучается во 2 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра прикладной экономики. Дисциплина состоит из 3 разделов и 9 тем и направлена на изучение теоретических знаний и практических навыков в области проведения маркетинговых исследований отраслевых рынков

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области проведения маркетинговых исследований отраслевых рынков.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Маркетинг и продвижение в наукоемких отраслях» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Контролирует количество времени, потраченного на конкретные виды деятельности;; УК-6.2 Вырабатывает инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, целей;; УК-6.3 Анализирует свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения поставленной задачи;; УК-6.4 Распределяет задачи на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и анализа ресурсов для их выполнения.;
ОПК-3	Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в экономике	ОПК-3.1 Разрабатывает программу прикладного и/или фундаментального исследования в области экономики на основе оценки и обобщения результатов научных исследований, проведенных другими авторами.;; ОПК-3.2 Готовит аналитическую записку по результатам прикладного и/или фундаментального исследования в области экономики.;; ОПК-3.3 Обобщает выводы, готовит заключение и формулирует рекомендации по результатам прикладного и/или фундаментального исследования в области экономики.;
ОПК-5	Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ОПК-5.3 Владеет в полной мере навыками решения стандартных задач профессиональной деятельности с применением информационных технологий и программных средств.;
ПК-1	Способен осуществлять процесс организации и управления сбытовой деятельностью результатов космической деятельности и продвижении космических продуктов, услуг и технологий на соответствующем рынке	ПК-1.1 Способен разрабатывать мероприятия по увеличению объема продаж космических продуктов, услуг и технологий;; ПК-1.2 Способен осуществлять прогнозирование продаж космических продуктов, услуг и технологий;; ПК-1.3 Способен управлять деятельностью предприятия, отрасли по коммерциализации результатов космической деятельности;;
ПК-3	Способен руководить экономическими службами и	ПК-3.1 Способен к экономической постановке задач управления предприятиями и организациями различных форм

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	подразделениями на предприятиях и организациях различных форм собственности	собственности; ПК-3.2 Способен к формированию экономических моделей деятельности организации;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Маркетинг и продвижение в наукоемких отраслях» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Маркетинг и продвижение в наукоемких отраслях».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	Научно-исследовательская работа;	Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика;
ОПК-3	Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в экономике	Научно-исследовательская работа; Экономика наукоемких отраслей; Микроэкономика (продвинутый курс);	Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика;
ОПК-5	Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	Научно-исследовательская работа; Эконометрика (продвинутый курс); Управление и моделирование бизнес-процессами;	Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика; Антикризисное управление и реинжиниринг организации;
ПК-1	Способен осуществлять процесс организации и управления сбытовой деятельности результатов космической деятельности и продвижении космических продуктов, услуг и технологий на соответствующем рынке	Экономика наукоемких отраслей; Научно-исследовательская работа;	Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика;
ПК-3	Способен руководить экономическими службами и подразделениями на предприятиях и организациях различных форм собственности	Научно-исследовательская работа; Управление и моделирование бизнес-процессами; Практикум применения результатов космической деятельности в различных отраслях национальной экономики;	Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика; Антикризисное управление и реинжиниринг организации; <i>Стратегический менеджмент**;</i> <i>Инвестиции в инновации**;</i>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			<i>Системы поддержки принятия решений**;</i> <i>Логистика и управление цепями поставок в наукоемком производстве**;</i> <i>Нормирование и оплата труда**;</i> <i>Наукоемкие производства и кластеры**;</i> <i>Маркетинговая аналитика больших данных**;</i> <i>Corporate Finance and Financial Analysis**;</i> <i>Финансовое планирование и бюджетирование**;</i> <i>Менеджмент качества**;</i>

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинг и продвижение в наукоемких отраслях» составляет «5» зачетных единиц.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			2
Контактная работа, ак.ч.	54		54
Лекции (ЛК)	18		18
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	36		36
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	108		108
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	18		18
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	180	180
	зач.ед.	5	5

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Отраслевые рынки и их характеристики. Виды отраслевых рынков	1.1	Отраслевой рынок: понятие, сущность, субъекты	ЛК, СЗ
		1.2	Дифференцированный отраслевой рынок	ЛК, СЗ
Раздел 2	Цели, задачи и направления маркетинговых исследований фирмы как субъекта отраслевого рынка	2.1	Цели, задачи и функции маркетинговых исследований. Этапы проведения маркетинговых исследований	ЛК, СЗ
		2.2	Исследование внешней маркетинговой среды. Анализ макросреды	ЛК, СЗ
		2.3	Исследование конкурентной среды	ЛК, СЗ
		2.4	Исследование потребителей (клиентов)	ЛК, СЗ
Раздел 3	Источники и методы сбора маркетинговой информации	3.1	Основные виды и источники маркетинговой информации. Методы сбора информации	ЛК, СЗ
		3.2	Количественные исследования в маркетинге	ЛК, СЗ
		3.3	Качественные маркетинговые исследования	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Проектор и ноутбук
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Проектор и ноутбук
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 286 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21301-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569590>

2. Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 244 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8566-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490013>

Дополнительная литература:

1. Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 447 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17919-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568761>

2. Диесперова Наталья Александровна. Маркетинг [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Н.А. Диесперова. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2019. - 315 с. : ил. - ISBN 978-5-209-09415-9

- Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 490 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19448-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559701>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Маркетинг и продвижение в наукоемких отраслях».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИК:

доцент

Должность, БУП

Подпись

Диесперова Наталья
Александровна
Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Островская Анна
Александровна [Б]
заведующий кафе
Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

профессор

Должность, БУП

Подпись

Чурсин Александр
Александрович
Фамилия И.О.