

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**  
**(РУТ (МИИТ))**

**АННОТАЦИЯ К**  
**РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Технологический маркетинг**

Направление подготовки: 27.04.05 – Инноватика

Направленность (профиль): Аналитика для цифровой трансформации на транспорте

Форма обучения: Очная

**Общие сведения о дисциплине (модуле).**

Формирование компетенций в области, необходимых для проведения маркетинговых исследований в научно-технической сфере на основе современных интеллектуальных технологий, организации технологического маркетинга в условиях цифровой экономике, а также продвижения транспортно-логистических услуг и сопутствующих продуктов и сервисов в Интернете.

Цель - формирование у студентов магистратуры системных компетенций в области анализа, оценки и продвижения высокотехнологичных решений, необходимых для принятия обоснованных управленческих решений в процессе цифровой трансформации транспортных систем и инфраструктуры.

**Задачи:**

- изучение методологии технологического маркетинга и его отличий от классического маркетинга в контексте инновационного развития;

- освоение инструментов аналитики для оценки емкости рынка цифровых транспортных решений (Big Data, IoT, ИИ в логистике);

- формирование навыков оценки технологической готовности (TRL) и рыночной зрелости инновационных продуктов на транспорте;
- разработка стратегий вывода на рынок новых цифровых сервисов и платформ в транспортной отрасли;
- совершенствование компетенций по сбору и интерпретации маркетинговой информации для поддержки процессов цифровой трансформации предприятий транспортного комплекса.

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 з.е. (108 академических часа(ов)).