**МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ**

**ТЕМИ ДЛЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ**

**(для студентів групи МКфе-13)**

|  |  |
| --- | --- |
| №  з/п | Теми для дискусії та вирішення завдань |
| 1 | **Різні підходи до розуміння поняття інновації.**  **Завдання.** Зіставити розуміння інновацій за Й. Шумпетором та сучасним теоріям. |
| 2 | **Порівняння маркетингових характеристик різних типів інновацій.**  **Завдання.** Визначити різницю у маркетингових характеристиках трьох видів товарів: зубна паста з лікувальним ефектом, програмне забезпечення Microsoft Office, штучний гамбургер. |
| 3 | **Методи збору інформації на ринку інновацій.**  **Завдання.** Визначити особливості у методах збору маркетингової інформації для цілей просування на ринок різних типів інновацій. |
| 4 | **Процес дифузії інновацій за теорією життєвого циклу інновацій.**  **Завдання.** 1) На конкретном прикладі нарисуйте грфік дифузії інноваційного товару. 2) Поясніть особливості процесу дифузії на кожному з етапів процесу дифузії. |
| 5 | **Характеристика розривів, які характерні для життєвого циклу сприйняття інноваційних товарів.**  **Завдання.** У вас є завдання вивести на ринок певний інноваційний товар. 1) Побудувати графік життєвого циклу товару, визначити на ньому розриви, поясніть їх природу. 2) Поясність, які маркетингові дії можуть бути розроблені для подолання розривів. |
| 6 | **Матриця Хамела-Прахалада**  **Завдання.** Для дослідження споживчих потреб на ринках зубної пасти: 1) обґрунтуйте необхідність використання або нераціональність використання наступних методів: методу «спостереження за провідним користувачем», методу «глибокого розуміння голосу клієнта», методу інноваційного бліцу, методів дослідження конкурентів на інноваційних ринках: бенчмаркінг, конкурентну розвідку. 2) Побудуйте для цього виду товару матрицю Хамела-Прахалада. |
| 7 | **Модель «4С+» на інноваційних ринках**  **Завдання:** Обгрунтуйте комплекс марукетингу «4С+» для OPTIPLEX 3015 – надточний 2D верстат лазерного різання. |
| 8 | **Гібридні стратегії конкурентної боротьби**  **Завдання:** На прикладі конкретного інноваційного товару обґрунтуйте вибір певного виду гібрідної стратегіїконкурентної боротьби: послідовної, мультилокальної чи синхронної. |
| 9 | **Оцінка ринкового потенціалу для інноваційного товару.**  **Завдання:** На прикладі конкретного виду товару обгрунтуйте методи підвищення потенціалу споживчої цінності інноваційного товару для покупця. Визначення основні підходи до оцінки економічної ефективності інноваційного проекту. |
| 10 | **Цінова політика при виведенні інновації на ринок.**  **Завдання:** На прикладі конкретного виду товару обгрунтуйте вибір цінової стратегії: а) «зняття вершків», б) стратегією проникнення; в) винятково низьких початкових цін, г) стратегії психологічної ціни, д) стратегії проходження за лідером у галузі, є) стратегії престижної ціни. |
| 11 | **Конфлікти в каналах розподілу, їх ознаки, види та причини.**  **Завдання:** 1) На прикладі товару, що відноситься до динамично непреривної інновації, поясність, які типи конфликтів можуть бути очікувани у каналах розподілу. 2) Які маркетингові дослідження треба провести для зясування їх причин. 3) Які стратегії подалання конфліктів у каналах просування данного товару можливо застосувати. |
| 12 | **Основні етапи просування інноваційних товарів.**  **Завдання:** На прикладі конкретного виду товару поясніть основні етапи просування інноваційних товарів. |

**РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

***Нормативна***

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002, № 40-IV.
2. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» від 08.09.2011, № 3715-VI.
3. Закон України «Про внесення змін до Закону України "Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій"» від 02.10.2012, № 5407-VI.
4. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження плану заходів з реалізації Концепції реформування державної політики в інноваційній сфері на 2015-2019 роки» від 04.06.2015 № 575-р.
5. Наказ МОН України «Про внесення змін до Положення про порядок здійснення інноваційної освітньої діяльності» від 31.03.2015, № 380.

***Базова***

1. Друкер П.Ф. Инновации и предпринимательство. – М.: Наука, 2005.
2. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: Монографія / За ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенка. –Суми: ВТД "Університетська книга", 2008. –615 с.
3. Чухрай, Н. І. Маркетинг інновацій: підручник / Н. І. Чухрай. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2011. – 256 с.

***Додаткова***

1. Амблер Тим. Практический маркетинг. – СПб.: Питер,1999. –400 с.
2. Антонюк Л.Л., Поручник А.М., Савчук В.С. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: Монографія. – К.: КНЕУ, 2003. –394 с.
3. Бранчеев В.П. Маркетинг инноваций. –М.: Блгавосет-В, 2007.
4. Беренс В., Хавранек П.М. Промышленные технико-экономические исследования. Руководство по оценке эффективности инвестиций. – М.: АОЗТ Интерэксперт, 2005.
5. Ілляшенко, С. М. Інноваційний менеджмент: підручник / С. М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2010. – 334 с.
6. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи: Навч. посібник. –Суми: ВТД «Університетська книга», 2003. –с.278.
7. Ильенкова С.Д. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов.- М.: ЮНИТИ, 2007.
8. Йохна М.А., Стадник В.В. Економіка і організація інноваційної діяльності: Навчальний посібник. –К.: Видавничий центр «Академія», 2005. –400с.
9. Медынский В.Г., Шаршукова Л. Г. Инновационное предпринимательство. - М.: Наука, 2007.
10. Мерц Б., Шольц А., Рихтер А., Грюнвальд М. Трансферт технологий. – Спб.: Питер, 2007.
11. Ніколенко І.В., Сукач М.К., Оборський Г.О. Маркетинг технічних інновацій: Навч. посібник.– К.: Видавництво Ліра, 2013. – 414с.
12. Пермичев Н.Ф., Палеева О.А. Маркетинг инноваций: Учебное пособие. – Н.Новгород: Нижегород. гос.архит.-строит. ун-т, 2007.
13. Скрипко, Т. О. Інноваційний менеджмент: підручник (затв.МОН України) / Т. О. Скрипко. – К. : Знання. – 2011. – 423 с.
14. Стадник В.В., Йохна М.А. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник. –К.: Академвидав, 2006. –464 с.
15. Стерхова С.А. Инновационный продукт: инструменты маркетинга: учебное пособие. -М.: Издательство «Дело» АНХ, 2009.
16. Управління інноваційною діяльністю: магістерський курс (Інноваційний менеджмент в знаннєорієнтованій економіці) : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2013. – 728 с.
17. Управління інноваційною діяльністю: магістерський курс (основи інноваційного менеджменту) : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2013. – 858 с

***Ресурси мережі Internet***

1. Сайт Державного агентства України з інвестицій та інновацій.– Режим доступу: <http://www.in.gov.ua>.
2. Сайт Державного комітету статистики України.–Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua.