

**ТЕМИ ДЛЯ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ**  
**З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ»**  
для студентів заочної форми навчання

<b>1 варіант</b>	<p><b>Інновації та інноваційний процес.</b></p> <p>1) Сутність інновацій. Зіставлення визначень поняття інновації за різними авторами. Зміст концепції інновацій за Й. Шумпетером. Сучасний розвиток теорії інновацій.</p> <p>2) Особливості видів інновацій: безперервні (поступові) інновації, динамічно безперервні інновації, проривні або підривні інновації.</p> <p>3) Поняття інноваційного процесу; етапи інноваційного процесу. Цілі та завдання маркетингового дослідження на етапах інноваційного процесу.</p>
<b>2 варіант</b>	<p><b>Маркетингове управління життєвим циклом товарів</b></p> <p>1) Сутність життєвого циклу інновацій. Основні фази життєвого циклу інноваційного товару.</p> <p>2) Маркетингове управління життєвим циклом товарів для різних типів інновацій: безперервних (поступових) інновацій; динамічно безперервних інновацій; проривних (або підривних) інновацій.</p> <p>3) Поняття дифузії інновацій. Процес дифузії інновацій за теорією життєвого циклу інновацій. Сприйняття і схвалення інновації споживачем.</p>
<b>3 варіант</b>	<p><b>Сучасна концепція маркетингу інновацій</b></p> <p>1) Поняття маркетингу інновацій. Маркетингова інформація в інноваційній діяльності. Узагальнена схема маркетингу інновацій.</p> <p>2) Специфічні особливості ринку інновацій. Характеристика основних суб'єктів ринку інновацій. Споживча поведінка як реакція на інновацію. Мотивація купівельної поведінки споживачів інновації.</p> <p>3) Методи маркетингових досліджень споживчих потреб на ринках інновації.</p>
<b>4 варіант</b>	<p><b>Маркетингове управління товарною інноваційною політикою.</b></p> <p>1) Визначення, зміст та основні риси товарної інноваційної політики.</p> <p>2) Визначення інноваційної цінності товару. Методи маркетингового дослідження інноваційної цінності товару для покупця.</p> <p>3) Оцінювання комерційних перспектив інноваційного товару. Оцінка ринкового потенціалу. Економічне обґрунтування інноваційного проекту. Визначення точки беззбитковості, розрахунок поточної вартості доходів або вигід від зроблених інвестицій (NPV).</p>

5 варіант	<p><b>Маркетингові цінові рішення при виведенні інноваційної продукції на ринок.</b></p> <p>1) Цінова політика при виведенні інновації на ринок.</p> <p>2) Методи ціноутворення на інноваційну продукцію. Ціноутворення на інноваційний продукт з урахуванням особливостей його життєвого циклу. Обґрунтування рівня ціни на основі оцінки потреби в інноваційній продукції. Використання в ціноутворенні критеріїв оцінки інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств.</p> <p>3) Цінові стратегії у сфері інновацій. Особливості виведення інновації на ринок за стратегією: а) «зняття вершків», б) стратегією проникнення; в) винятково низьких початкових цін. Зіставлення стратегій по динаміці цін і витрат.</p>
6 варіант	<p><b>Формування системи розподілу інноваційної продукції</b></p> <p>1) Маркетингові канали просування інноваційної продукції: визначення, функції, принципи.</p> <p>2) Класифікація маркетингових каналів (за кількістю учасників, за розподілом функціональних обов'язків, за напрямком руху, за характером взаємозв'язку, за часом дії, за ринками обслуговування).</p> <p>3) Форми взаємодії учасників маркетингового каналу. Співробітництво в каналах та його форми. Конфлікти в каналах розподілу, їх ознаки, види та причини. Методи дослідження конфліктів в каналах розподілу. Конкуренція в каналах розподілу, її види. Матриця відносної сили замовника та постачальника. Оцінка економічної ефективності каналів розподілу.</p>
7 варіант	<p><b>Особливості просування інноваційних товарів</b></p> <p>1) Формування комплексу просування товарних інновацій. Основні етапи просування інноваційних товарів. Розроблення і застосування комплексу просування відповідно до життєвого циклу товару.</p> <p>2) Стратегії просування інноваційних товарів на ринок. Особливості стратегій інтенсивного маркетингу, вибіркового проникнення на ринок, широкого проникнення та пасивного маркетингу.</p> <p>3) Маркетингові дослідження з метою вибору стратегії просування. Алгоритм вибору маркетингової стратегії просування. Визначення прогностного рівня попиту на інноваційну продукцію. Визначення перспективи розвитку підприємства у галузі. Критерії вибору можливих стратегій просування.</p>

<b>8</b> варіант	<p><b>Концепція інноваційного маркетингу.</b></p> <p>1) Сутність категорії «інноваційний маркетинг» («маркетингові інновації» або «інновації в маркетингу»). Визначення поняття інноваційного маркетингу за різними авторами. Зіставлення понять маркетинг інновацій та інноваційний маркетинг. Види інноваційного маркетингу</p> <p>2) Структура інноваційного маркетингу. Зміст інновацій в комплексі маркетингу: в place, в product, в price, в promotion; комбінування цих складових маркетингових інновацій.</p> <p>3) Основні етапи переходу до концепції інноваційного маркетингу. Ієрархія принципів управління підприємством на засадах інноваційного маркетингу</p>
------------------	---

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«НАЦІОНАЛЬНИЙ ГІРНИЧИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

**Кафедра маркетингу**

**ЗАВДАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ  
З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
«МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ»**

**для студентів заочної форми навчання**

**Дніпропетровськ  
2015**

Завдання для контрольних робіт з навчальної дисципліни «Маркетинг інновацій» для студентів заочної форми навчання / Укладач к.е.н., доц. Л.Л. Палехова. – Дніпропетровськ: ДВНЗ «Національний гірничий університет», 2015. – 15 с.

**У к л а д а ч : к.е.н., доц. Л.Л. Палехова**

**Рекомендовано до видання редакційно-видавничою радою  
(протокол № XX від XX вересня 2015)**

## 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

*Мета написання* контрольної роботи полягає в закріпленні і поглибленні теоретичних знань, здобутих у процесі вивчення курсу, набутті вміння самостійно працювати з навчальною, спеціальною літературою і статистичними матеріалами.

*Загальні вимоги до контрольних робіт.* У роботі студент зобов'язаний розкрити зміст обраної теми, показати знання теоретичних основ дисципліни «Маркетинг інновацій», вміння самостійно вивчати літературні джерела і нормативні акти.

Зміст контрольної роботи має відповідати сучасному рівню розвитку економічної науки. У тексті висвітлюються всі питання, передбачені планом теми. Необхідно показати вміння порівнювати різні підходи до вирішення тих або інших проблем, самостійно робити висновки на підставі досліджуваної літератури, зібраного, опрацьованого й узагальненого матеріалу

Контрольну роботу друкують за допомогою комп'ютера на одній стороні аркуша формату А4 (210×297 мм) шрифтом Times New Roman, висота шрифту – 14, через півтора міжрядкових інтервали. Поля формату: ліве – 30 мм, праве – 10 мм, верхнє та нижнє – 20 мм.

Першою сторінкою контрольної роботи є титульний аркуш, на який вказується дата її виконання і ставиться особистий підпис. Номер сторінки на титульному аркуші не ставиться, на наступних сторінках номер проставляють у правому нижньому кутку аркуша без крапки в кінці. На початку роботи (на другій сторінці) наводиться зміст завдань за виконуваним варіантом. Потім йде текст контрольної роботи, а після нього - список використаних джерел

*Обсяг тексту контрольної роботи* має складати приблизно 15 сторінок формату А4. Зразок титульного аркуша наведено у додатку А. Приклади бібліографічного опису використаних джерел містяться у додатку Б.

## **II. ЗАВДАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ**

### **Варіант 1**

*Завдання № 1.*

*Завдання № 2.*

*Завдання № 3.*

### **Варіант 2**

*Завдання № 1.*

*Завдання № 2.*

*Завдання № 3.*

### **Варіант 3**

*Завдання № 1.*

*Завдання № 2.*

*Завдання № 3.*

#### **Варіант 4**

*Завдання № 1.*

*Завдання № 2.*

*Завдання № 3.*

#### **Варіант 5**

*Завдання № 1.*

*Завдання № 2.*

*Завдання № 3.*

#### **Варіант 6**

*Завдання № 1.*

*Завдання № 2.*

*Завдання № 3.*

#### **Варіант 7**

*Завдання № 1.*

*Завдання № 2.*

*Завдання № 3.*



## **Варіант 8**

*Завдання № 1.*

*Завдання № 2.*

*Завдання № 3.*

## **Варіант 9**

*Завдання № 1.*

*Завдання № 2.*

*Завдання № 3.*

## **Варіант 10**

*Завдання № 1.*

*Завдання № 2.*

*Завдання № 3.*

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002, № 40-IV.
2. Друкер П.Ф. Инновации и предпринимательство. – М.: Наука, 2005.
3. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: підручник / С. М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2010. – 334 с.
4. Ілляшенко С.М. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: монографія / За ред. С.М. Ілляшенка. - Суми : Університетська книга, 2008. - 615 с.
5. Ілляшенко Н.С. Організаційно-економічні засади інноваційного маркетингу промислових підприємств: монографія / Н.С. Ілляшенко. – Суми: «Вид-во СумДУ», 2011. –192 с.  
<http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/22360/3/mon.PDF>
6. Ілляшенко С.М. Товарна інноваційна політика: підручник / С.М. Ілляшенко, Ю.С. Шипуліна. — Суми : Університетська книга, 2007. — 281 с. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/1589>
7. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи: Навч. посібник. –Суми: ВТД «Університетська книга», 2003. –с.278.
8. Кардаш В.Я., Павленко І.А., Шафалюк О.К. Товарна інноваційна політика: Підручник. — К.: КНЕУ, 2002. — 266 с. ISBN 966–574–402–7
9. Фальцман В.К., Крилатих Е.Н.. Інтенсивний курс МВА: Учеб. Посібник. – М.: ИНФРА-М. – 544 с.
10. Чухрай, Н. І. Маркетинг інновацій: підручник / Н. І. Чухрай. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2011. – 256 с.

## ДОДАТКОВА ЛІТЕРАТУРА

1. 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.
2. Наказ МОН України «Про внесення змін до Положення про порядок здійснення інноваційної освітньої діяльності» від 31.03.2015, № 380.
3. Закон України «Про внесення змін до Закону України "Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій"» від 02.10.2012, № 5407-VI.
4. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» від 08.09.2011, № 3715-VI.
5. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия: учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 804 с.
6. Бранчеев В.П. Маркетинг инноваций. –М.: Блгавосет-В, 2007.
7. Беренс В., Хавранек П.М. Промышленные технико-экономические исследования. Руководство по оценке эффективности инвестиций. – М.: АОЗТ Интерэксперт, 2005.
8. Ильенкова С.Д. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов.- М.: ЮНИТИ, 2007.
9. Йохна М.А., Стадник В.В. Економіка і організація інноваційної діяльності: Навчальний посібник. –К.: Видавничий центр «Академія», 2005. – 400с.
10. Желтенков А.В., Ильяшенко С.Н., Масленникова Н.П., Рябиченко С.А., Ильяшенко Н.С. Инновационный менеджмент: Учебное пособие - М.: Издательство МГОУ, 2010. – 446 с.
11. Медынский В.Г., Шаршукова Л. Г. Инновационное предпринимательство. - М.: Наука, 2007.
12. Мерц Б., Шольц А., Рихтер А., Грюнвальд М. Трансферт технологий. – Спб.: Питер, 2007.

13. Ніколенко І.В., Сукач М.К., Оборський Г.О. Маркетинг технічних інновацій: Навч. посібник– К.: Видавництво Ліра-К, 2013. – 414с. м., ISBN 978-966-2609-07-3
14. Палеха Ю. І., Палеха О.Ю. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг: Навчальний посібник. – К.: Видавництво Ліра-К, 2013. - 478с. ISBN 978-966-2609-07-3
15. Пермичев Н.Ф., Палеева О.А. Маркетинг инноваций: Учебное пособие. – Н.Новгород: Нижегород. гос.архит.-строит. ун-т, 2007.
16. Плотникова О.А. Инновационные инструменты рекламы / [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.rae.ru/forum2012/277/1812> (дата обращения: 05.07.2015).
17. Скрипко, Т. О. Інноваційний менеджмент: підручник (затв.МОН України) / Т. О. Скрипко. – К. : Знання. – 2011. – 423 с.
18. Стадник В.В., Йохна М.А. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник. –К.: Академвидав, 2006. –464 с.
19. Стерхова С.А. Инновационный продукт: инструменты маркетинга: учебное пособие. -М.: Издательство «Дело» АНХ, 2009.
20. Пригожин А. Н. Нововведения: стимулы и препятствия. – М.: Политиздат, 2008.
21. Управління інноваційною діяльністю: магістерський курс (Інноваційний менеджмент в знаннеорієнтованій економіці) : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2013. – 728 с.
22. 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.
23. Успенский И.В. Интернет-маркетинг: учебник. — СПб.: Изд-во СПбГУЭиФ, 2003 / [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m80/3.htm> (дата обращения: 03.09.2015).

*Зразок титульного аркуша контрольної роботи*  
**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«НАЦІОНАЛЬНИЙ ГІРНИЧИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

**Кафедра маркетингу**

**Контрольна робота**  
**з навчальної дисципліни**  
**«Маркетинг інновацій»**

**Варіант № \_\_\_\_**

**Виконав:**

студент групи \_\_\_\_\_

Прізвище, ім'я, по батькові

**Перевірив:** \_\_\_\_\_

**Дніпропетровськ**

**2015**

**Приклади оформлення бібліографічного опису у списку літератури**

**Один автор**

1. Горкавий, В. К. Статистика : навч. посіб. / В. К. Горкавий. — 2-е вид., перероб. і доп. — К. : Алерта, 2012. — 608 с.

**Два автора**

2. Фаріон, І. Д. Управлінський облік : підруч. / І. Д. Фаріон, Т. М. Писаренко. — К. : ЦУЛ, 2012. — 792 с.

**Три автора**

3. Павленко, І. І. Міжнародна торгівля та інвестиції : навч. посіб. / І. І. Павленко, О. В. Варяниченко, Н. А. Навроцька. — К.: ЦУЛ, 2012. — 256 с.

**Чотири автора**

4. Історія світової та української культури : підруч. для студ. ВНЗ / В. Греченко, І. Чорний, В. Кушнерук, В. Режко. — К. : Літера, 2005. — 464 с.

**П'ять і більше авторів**

5. Управління сучасним офісом (офіс-менеджмент) : навч. посіб. / С. П. Шевчук, В. А. Скороходов, В. М. Жуковська та ін. — К. : ЦУЛ, 2010. — 184 с.

**Книга за редакцією**

6. Міжнародна економіка : навч. посіб. / за ред. Ю. Г. Козака. — К. : ЦУЛ, 2008. — 1118 с.

**Частина з монографії**

7. Беренда, Н. І. Розвиток екологічного обліку в Україні з врахування світового досвіду / Н. І. Беренда, Н. В. Остапенко // Теоретичні та практичні аспекти стійкого розвитку фінансової системи України : кол. моногр. — Умань : Візаві, 2013. — Ч. 2. — С. 205-214.

**Матеріали доповідей із збірника конференцій**

8. Мудрак, А. В. Коефіцієнти корисної дії похилих площин / А. В. Мудрак, І. Ф. Максименко, А. І. Соколенко // Новітні технології пакування :

матеріали доповідей X науково-практичної конференції молодих вчених, 15-17 жовтня. – К. : НУХТ, 2014. – С. 54–56.

### **Закони України**

9. Закон України «Про вищу освіту»: (офіц. текст: за станом на 19 жовтня 2006 р.) / Верховна Рада України. — К. : Парламентське вид-во, 2006. — 64 с.

### **Електронні ресурси**

10. Основные направления исследований, основанные на семантическом анализе текстов / СПб. гос. ун-т, фак. прикладной математики - процессов управления. — Режим доступа: [www.URL:http://arcp.apmath.spbu.ru/ru/staff/tuzov/onapr.html/](http://arcp.apmath.spbu.ru/ru/staff/tuzov/onapr.html/) — 10.12.2004 р.