

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Локтионова Оксана Геннадьевна  
Должность: проректор по учебной работе  
Дата подписания: 24.12.2021 22:11:07  
Уникальный программный ключ:  
0b817ca911e6668abb13a5d426d39e5f1c11eab7119945764485161e568088

1

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**  
**«Юго-Западный государственный университет»**  
**(ЮЗГУ)**

Кафедра финансов и кредита

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе  
**О.Г. Локтионова**  
« 09 » \_\_\_\_\_ 2021 г.



**ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ**

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям для магистров направления подготовки 27.04.05 «Иноватика»

Курск 2021

УДК 338

Составитель: И.Н. Третьякова

Рецензент

Кандидат экономических наук, доцент А.С. Обухова

**Инновационный маркетинг:** методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям для магистров направления подготовки 27.04.05 «Инноватика» / Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: И.Н. Третьякова. - Курск, 2021. - 18 с.- Библиогр.: с. 17.

В методических рекомендациях определены цели и задачи изучения дисциплины «Инновационный маркетинг», указаны темы лекций и практических занятий, изложено их основное содержание. Приводятся список использованной литературы, требования к уровню освоения дисциплины.

Предназначены для магистров направления подготовки 27.04.05 «Инноватика»

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать . Формат 60x84 1/16.  
Усл.печ. л. 1,0 . Уч.-изд. л. 2,4 . Тираж экз. Заказ. Бесплатно.  
Юго-Западный государственный университет.  
305040, г. Курск, ул. 50 лет Октября, 94

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1. ОБЩИЕ УКАЗАНИЯ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	7
3. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....	17

## 1. ОБЩИЕ УКАЗАНИЯ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В современных условиях цифровизации инновации являются тем инструментом, который обеспечивает развитие всех направлений, в том числе и бизнеса. Инновационная деятельность становится неременным условием повышения эффективности организаций.

Теория инноватики в настоящее время все в большей степени приобретает маркетинговый аспект, когда на первый план выходят вопросы формирования спроса на инновационные технологии, товары и услуги, а также стимулирования деятельности по их созданию.

Инновационный маркетинг дает возможность оптимизировать все бизнес-процессы, а также применение соответствующего инструментария может помочь вывести бизнес из кризисного положения.

Дисциплина «Инновационный маркетинг» предусматривает изучение тем, в которых рассматриваются теоретические основы и общие положения формирования инновационного маркетинга, необходимость управления инновационной деятельностью на основе концепции маркетинга, включающего роль инновационного маркетинга в повышении эффективности работы хозяйствующих субъектов.

Основными методами изучения курса «Инновационный маркетинг» являются лекции, лабораторные работы, практические занятия, контрольные работы, а также самостоятельная работа студентов с учебной, методической, периодической и нормативной литературой.

**Целью** освоения данной дисциплины является формирование у обучающихся системного представления о современном инновационном маркетинге, расширение технологий, углубление знаний, умений и навыков в области маркетинговой деятельности с акцентом на специфику функционирования рынка инноваций.

**Задачи**, решаемые в результате освоения дисциплины:

- формирование понимания сущности и специфики инновационного маркетинга, выявление его роли в российской экономике с позиций повышения ее инновационной активности;

- изучение характеристик инновационного рынка с систематизацией основных элементов, функций, инфраструктуры и факторов развития;

- изучение основных управленческих аспектов инновационной деятельности на основе концепции маркетинга;

- выявление особенностей влияния диджитал-технологий на формирование современных субконцепций инновационного маркетинга;

- приобретение навыков, необходимых для постановки и практического решения задач инновационного маркетинга, разработки и обоснования стратегических и тактических маркетинговых планов, обеспечивающих развитие и продвижение инноваций. В результате изучения дисциплины, студенты должны:

***а) знать:***

- основные понятия, категории и инструменты инновационного маркетинга;

- особенности формирования современной инновационной маркетинговой политики российских и зарубежных предприятий разных отраслей;

- современные направления, этапы и особенности проведения исследований в инновационном маркетинге;

- основные инструменты бизнес-моделирования в инновационном маркетинге;

- особенности влияния диджитал-технологий на формирование современных субконцепций инновационного маркетинга.

***б) уметь:***

- ставить и решать задачи управления инновационной деятельностью на основе концепции маркетинга;

- проводить разнообразные комплексные исследования в инновационном маркетинге;

- определять роль бизнес-моделирования в стратегическом управлении маркетингом;

- применять инструменты современных видов инновационного маркетинга: нейромаркетинга, сенсорного, латерального, когнитивного, социального, экологического, маркетинга высокотехнологичных продуктов.

***в) владеть:***

- навыками формирования и реализации политики компании в области инновационного маркетинга.

- навыками применения инновационных методов в исследованиях потребителей;

- особенностями использования инструментов бизнес-моделирования;

- навыками применения инструментов современных видов маркетинга: нейромаркетинга, сенсорного, латерального, когнитивного, социального, экологического, маркетинга высокотехнологичных продуктов

## **2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **2.1 Содержание тем дисциплины**

#### ***Тема 1 «Теоретические основы и общие положения инновационного развития экономики»***

Предпосылки инновационного развития экономики. Инновации как предмет инновационного маркетинга. Инновационный продукт. Классификация инноваций. Управление инновациями на предприятии.

#### ***Тема 2 «Инновационный маркетинг: сущность, виды, типы»***

Сущность, цели и задачи инновационного маркетинга. Виды инновационного маркетинга. Организационные структуры инновационного маркетинга. Экономическая среда инновационного маркетинга.

#### ***Тема № 3 «Инновационная маркетинговая политика»***

Содержание и направления инновационной политики РФ. Инновационная политика хозяйствующего субъекта

#### ***Тема 4 «Инновационный рынок»***

Формирование и распространение инноваций. Предпосылки создания инновационного рынка. Специфика функционирования инновационного рынка. Инновационная инфраструктура рынка. Факторы развития инновационного рынка. Государственное регулирование инновационного рынка.

#### ***Тема 5 «Ценообразование при разработке и освоении новой продукции»***

Понятие цены. Методы и инструменты ценообразования. Виды ценовых стратегий при разработке и постановке новой продукции.

***Тема 6 «Теоретические аспекты системы планирования и распределения в инновационном маркетинге»***

Планирование маркетинга инноваций. Анализ внешнего окружения. Методы формирования продуктовой политики. Каналы распределения продукции. Система сбыта продукции.

***Тема 7 «Маркетинговые стратегии на инновационном рынке»***

Стратегическое планирование инновационной деятельности. Формы организации и реализации инновационной стратегии. Маркетинговое управление инновационными проектами.

***Тема 8 «Коммерциализация и некоммерческий трансфер технологий»***

Коммерциализация инноваций. Основные подходы к трансферу технологий. Формы и методы трансфера технологий. Планирование затрат и формирование цены в процессе трансфера технологий.

***Тема 9 «Маркетинговый аудит и оценка эффективности инновационной деятельности»***

Маркетинговый аудит инновационной деятельности. Оценка рисков инновационной деятельности. Оценка эффективности инновационных проектов.

***Тема 10 «Инновационный маркетинг как инструмент повышения эффективности работы хозяйствующих субъектов рынка в условиях цифровизации»***

Направления развития рыночной политики и использование инновационного маркетинга. Изменение роли маркетинга в новых бизнес-моделях. Смена рыночной политики производственных предприятий на основе инновационного маркетинга. Особенности инновационного развития в торговле. Адаптация инструментов маркетинга для потребителя нового поколения



***Тема 11 «Влияние диджитал-технологий на формирование современных субконцепций инновационного маркетинга»***

Цифровой маркетинг как инновационный вид маркетинга. Инновационные технологии маркетинга в социальных сетях. Социальный маркетинг как субконцепция инновационного маркетинга. Латеральный маркетинг: альтернативный путь создания инновационных идей. Agile-маркетинг.

## 2.2. Содержание практических занятий

На семинарских занятиях освещаются теоретические вопросы инновационного маркетинга. На практических занятиях студенты получают знания, умения и навыки, позволяющие идентифицировать, анализировать и ранжировать инновационные изменения, строить взаимоотношения между бизнес-средой, государством и обществом, применять инструментарий инновационного маркетинга, выполнять оценку влияния диджитал-технологий на формирование современных субконцепций инновационного маркетинга.

## 2.3. Контрольные вопросы по каждой теме дисциплины

### Контрольные вопросы по теме 1

*«Теоретические основы и общие положения инновационного развития экономики»*

1. Какие существуют подходы к определению термина «инновации»?
2. Чем определяется инновационный вектор развития экономики?
3. Что предполагает управление инновациями?
4. Какими факторами определяются предпосылки инновационного развития?
5. Перечислите основные источники инновационных идей.
6. На что направлена реализация инноваций?
7. Что такое жизненный цикл продукта?
8. Какие факторы определяют новизну продукции?
9. Что представляю собой маркетинговые инновации?
10. Какие существуют подходы к управлению инновациями?

### Контрольные вопросы по теме 2

*«Инновационный маркетинг: сущность, виды, типы»*

1. Дайте определение термину «маркетинг инноваций»?
2. Раскройте основные задачи инновационного маркетинга.
3. Охарактеризуйте функции инновационного маркетинга.
4. В чем заключается сущность стратегического инновационного маркетинга?

5. Перечислите виды стратегического инновационного маркетинга.
6. Охарактеризуйте стратегический и тактический маркетинг.
7. Что представляет собой организационная структура инновационного маркетинга?
8. Чем является организационная структура маркетинговой деятельности на предприятии, и которое она имеет значение для реализации концепции маркетинга?
9. В чем заключается основная цель инновационного менеджера?
10. Перечислите основные показатели, характеризующие экономическую среду инновационного маркетинга.

### **Контрольные вопросы по теме 3**

#### ***«Инновационная маркетинговая политика»***

1. Дайте определение термину *«инновационная политика государства»*.
2. Перечислите цели и направления инновационной политики государства.
3. Перечислите главные методы реализации инновационной политики.
4. Дайте определение термину *«инновационная маркетинговая политика»*?
5. Каковы этапы разработки инновационной политики?
6. Каковы масштабы деятельности малой инновационной организации?
7. Что представляет собой инновационная политика предприятия и с чего начать ее разработку?
8. Охарактеризуйте основные аспекты, которые необходимо учитывать при разработке инновационной политики предприятия.
9. Какие методы выбора инновационной политики существуют?
10. Что необходимо предусмотреть в процессе разработки инновационной политики?

## **Контрольные вопросы по теме 4**

### ***«Инновационный рынок»***

1. Раскройте концепции формирования и распространения инноваций.
2. Охарактеризуйте основные фазы инновационного процесса.
3. Дайте определение термину «инновационный рынок».
4. Раскройте структуру инновационного рынка.
5. Перечислите факторы, определяющие состояние инновационного рынка.
6. Раскройте проблемы, сдерживающие развитие отечественного инновационного рынка.
7. Перечислите характерные черты инновационного климата.
8. Перечислите факторы развития инновационного климата.
9. Что представляет собой инновационная инфраструктура рынка?
10. Какова роль государства в регулировании инновационного рынка?

## **Контрольные вопросы по теме 5**

### ***«Ценообразование при разработке и освоении новой продукции»***

1. Дайте определение термину «цена».
2. Дайте определение термину «маркетинг-микс».
3. Охарактеризуйте основные факторы, оказывающие воздействие на цену.
4. Перечислите основные инструменты ценообразования новой продукции.
5. Дайте характеристику конкурентным методам ценообразования.
6. Охарактеризуйте затратные методы ценообразования.
7. Раскройте методы ценообразования, основанные на поведении потребителей.
8. Перечислите виды ценовых стратегий.
9. Раскройте особенности применения ценовой стратегии.
10. Виды ценовых стратегий при разработке и постановке новой продукции для производства.

### **Контрольные вопросы по теме 6**

#### ***«Теоретические аспекты системы планирования и распределения в инновационном маркетинге»***

1. Дайте определение термину «планирование».
2. Дайте определение термину «инновационный проект».
3. Дайте определение термину «инновационная программа».
4. Охарактеризуйте стратегии планирования.
5. Сопоставьте стадии внедрения инноваций с характером действий маркетинговых исследований.
6. Перечислите методы маркетинговых исследований.
7. Назовите признаки современных технологий цифрового маркетинга.
8. Перечислите методы формирования продуктовой политики
9. Раскройте основные преимущества и недостатки сбытовых систем.
10. Охарактеризуйте комплекс маркетинговых коммуникаций.

### **Контрольные вопросы по теме 7**

#### ***«Маркетинговые стратегии на инновационном рынке»***

1. Дайте определение термину «инновационная стратегия».
2. Раскройте существующие подходы в определении целей и реализации инновационной стратегии.
3. Охарактеризуйте стратегии сбалансированности инновационного потенциала организации и внешней среды.
4. Дайте определение термину «регулярный маркетинг».
5. Дайте определение термину «санационный маркетинг».
6. Сформулируйте задачу экспедиционного маркетинга.
7. Перечислите факторы успешной реализации инновационной стратегии.
8. Раскройте сущность управления тотальным качеством (TQM).
9. Перечислите положительные стороны и недостатки интегральной формы организации инновационной деятельности.
10. Раскройте принципы управления инновационным проектом.

### **Контрольные вопросы по теме 8**

#### ***«Коммерциализация и некоммерческий трансфер технологий»***

1. Назовите объекты некоммерческого трансфера технологий.
2. Охарактеризуйте основные формы коммерческого трансфера.
3. Назовите объекты коммерческого трансфера технологий.
4. Каково место трансфера и коммерциализации научно-технических разработок в процессе получения коммерческого эффекта от имеющегося научно-технического задела?
5. Основные подходы к организации трансфера технологий.
6. Раскройте этапы трансфера и коммерциализации научно-технических разработок.
7. Охарактеризуйте агрегированную схему этапов развития и этапов трансфера технологий.
8. Что представляет собой планирование затрат на инновационные работы?
9. Дайте определение термину «Цена инновационного продукта».
10. Виды договоров в инновационной деятельности.

### **Контрольные вопросы по теме 9**

#### ***«Маркетинговый аудит и оценка эффективности инновационной деятельности»***

1. Перечислите цели аудита инновационной деятельности.
2. Сущность и задачи технологического аудита.
3. Раскройте этапы проведения технологического аудита.
4. Перечислите риски, присущие инновационной деятельности.
5. Дайте определение термину «инновационная монополия».
6. Матрица оценки инновационных проектов.
7. Срок окупаемости инновационных проектов.
8. Основные показатели эффективности инновационных проектов.
9. Индикаторы эффективности инновационного процесса.
10. Необходимость проведения анализа портфеля проектов.

### **Контрольные вопросы по теме 10**

#### ***«Инновационный маркетинг как инструмент повышения эффективности работы хозяйствующих субъектов рынка в условиях цифровизации»***

1. Охарактеризуйте основные тенденции цифровизации, оказывающие воздействие на эффективность работы хозяйствующих субъектов рынка.
2. Дайте определение термину «персонализация»? Каковы ее преимущества?
3. Дайте определение термину «диджитализация»?
4. Перечислите основные преимущества оцифровки бизнеса.
5. Охарактеризуйте направления, в которых изменения бизнес-модели может стимулировать инновацию.
6. Охарактеризуйте периодизацию концепций бизнес-модели.
7. Каково воздействие инноваций на деятельность предприятий по типам организации производства?
8. Industry 4.0: цель, особенности
9. Дифференциация торговых форматов по характеру протекающих бизнес-процессов.
10. Что представляет собой «мультиканальная торговля»?
11. Потребитель нового поколения. Роль в инновационном маркетинге?

### **Контрольные вопросы по теме 11**

#### ***«Влияние диджитал-технологий на формирование современных субконцепций инновационного маркетинга»***

1. Дайте определение термину «цифровой маркетинг»?
2. Охарактеризуйте функции цифрового маркетинга по комплексу 6D.
3. Перечислите методы анализа конкурентов в цифровой среде.
4. Основные направления цифрового маркетинга на рынках B2C и B2B.
5. Охарактеризуйте основные инновационные технологии маркетинга в социальных сетях.
6. Дайте определение термину «социальные инновации»?

7. Перечислите группы социальных проблем, решением которых занимается социальный маркетинг.
8. Охарактеризуйте основные направления социального маркетинга.
9. Дайте определение термину «латеральный маркетинг»?
10. Особенности применения agile-маркетинга.



### 3. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### *Основная учебная литература*

1. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2015. - 570, [1] с.

2. Инновационный маркетинг: учебник / И. А. Красюк, С. М. Крымов, Г. Г. Иванов, М. В. Кольган. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 170 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600310> (дата обращения: 23.11.2020). – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.

3. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. – 2-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2019. – 294 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112211> (дата обращения: 23.11.2020). – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.

#### *Дополнительная учебная литература*

4. Алексеева, М. Б. Анализ инновационной деятельности [Текст]: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры: [для студентов высших учебных заведений, обуч. по направлению подготовки 38.03.02 "Менеджмент" (профиль "Инновационный менеджмент")] / М. Б. Алексеева, П. П. Ветренко; Санкт-Петербургский гос. экон. ун-т. – Москва: Юрайт, 2017. - 302, [1] с.

5. Игрунова, О. М. Методика и практика проведения маркетинговых исследований различных рынков товаров и услуг: учебное издание / О. М. Игрунова. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – Ч. 1. – 102 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436772> (дата обращения: 23.11.2020). – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.

6. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования: учебное пособие / А. В. Коротков. – Москва: Юнити, 2015. – 303 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143> (дата обращения: 23.11.2020). – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.

7. Мансуров, Р. Е. Технологии маркетинга: практикум / Р. Е. Мансуров. – Москва; Вологда: Инфра-Инженерия, 2017. – 183 с. :

ил., табл. – URL:  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464468> (дата обращения: 23.11.2020). – Режим доступа: по подписке. – Текст : электронный.

### ***Перечень методических указаний***

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Инновационный маркетинг» для магистров направления подготовки 27.04.05 «Инноватика» [Электр. ресурс] / Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: И.Н. Третьякова. – Курск: ЮЗГУ, 2021. - 42 с. – Библиогр.: с.40

2. Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ по дисциплине «Инновационный маркетинг» для магистров направления подготовки 27.04.05 «Инноватика» [Электр. ресурс] / Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: И.Н. Третьякова. – Курск: ЮЗГУ, 2021. - 20 с. – Библиогр.: с.19

### ***Другие учебно-методические материалы***

«Инновации».

«Маркетинг в России и за рубежом».

«Проблемы управления / CONTROL SCIENCES».

«Российское предпринимательство»

«Экономика и предпринимательство».

«Телекоммуникации».

«Искусственный интеллект и принятие решений».

«Вопросы экономики».

### ***Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимые для освоения дисциплины***

1. Федеральная служба государственной статистики // Режим доступа: [www.gks.ru](http://www.gks.ru)

2. Центральный банк Российской Федерации // Режим доступа: [www.cbr.ru](http://www.cbr.ru)

3. Электронная библиотека ЮЗГУ // Режим доступа [www.lib.swsu.ru](http://www.lib.swsu.ru)

4. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» // Режим доступа <http://biblioclub.ru>

5. Научная электронная библиотека eLibrary // Режим доступа <http://elibrary.ru>