

Черных В. В.

Маркетинговые исследования рынка инновационного продукта:  
Учебное пособие. — СПб.: Издательство «Лань», 2018. — 120с.: ил. —  
(Учебники для вузов. Специальная литература).

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ.....	5
ВВЕДЕНИЕ.....	7
ЧАСТЬ 1. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА .....	8
ТЕМА 1.1. ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА ИННОВАЦИЙ .....	8
1.1.1. Концепции классического маркетинга .....	8
1.1.2. Маркетинг инноваций: понятие и особенности .....	11
1.1.3. Элементы комплекса маркетинга инновационного проекта...	13
<b>Вопросы для самоконтроля</b> .....	14
<i>Задание 1. Характеристика маркетинговой деятельности     организации</i> .....	14
ТЕМА 1.2. ВИДЫ СПРОСА НА ИННОВАЦИОННЫЙ ТОВАР .....	15
1.2.1. Законы спроса, предложения. Закон конкуренции .....	15
1.2.2. Виды спроса на инновационный товар .....	16
<i>Вопросы для самоконтроля</i> .....	21
<i>Задание 2. Виды спроса на инновационный товар</i> .....	21
ТЕМА 1.3. КОНКУРЕНЦИЯ В МАРКЕТИНГЕ ИННОВАЦИЙ .....	22
1.3.1. Конкуренция в маркетинге инноваций .....	22
1.3.2. Оценка стратегических групп конкурентов .....	24
1.3.3. Сравнительный анализ конкурентной среды .....	25
1.3.4. Построение конкурентной карты рынка .....	27
<i>Вопросы для самоконтроля</i> .....	28
<i>Задание 3. Оценка конкурентной среды     инновационной компании</i> .....	28
ТЕМА 1.4. СЕГМЕНТАЦИЯ В МАРКЕТИНГЕ ИННОВАЦИЙ .....	32
1-4.1. Основные понятия: сегментация, целевой сегмент .....	32
1.4.2. Признаки сегментации рынка .....	35
1-4.3. Определение целевого сегмента рынка инновационного товара.....	38
1-4.4. Емкости рынка как элемент маркетингового анализа .....	44
<b>Вопросы для самоконтроля</b> .....	45
<i>Задание 4. Сегментация рынка инновационного товара</i> .....	45
ТЕМА 1.5. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В МАРКЕТИНГЕ ИННОВАЦИЙ.....	48
1-5.1. Основы исследования рынка инновационных товаров .....	48
1-5.2. Методы исследования в маркетинге инноваций .....	51
1-5.3. SWOT-анализ в инновационном маркетинге .....	53
<i>Вопросы для самоконтроля</i> .....	56
<i>Задание 5.1. Разработка инновационной политики предприятия</i> ...	57
<i>Задание 5.2. Метод SWOT-анализа деятельности предприятия</i> ....	57

ТЕМА 1.6. РАЗРАБОТКИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	59
1.6.1. Стратегический подход к управлению маркетингом . . . . .	59
1.6.2. Классификация инновационных стратегий организации. . . . .	60
1.6.3. Стратегии по матрице Ансоффа.....	64
1.6.4. Стратегии по матрице «Рост рыночной доли» (БКГ). . . . .	65
1.6.5. Матрица «Издержки - потребительская ценность». . . . .	70
<i>Вопросы для самоконтроля</i> .....	71
<i>Задание 6. Определение типа стратегического поведения     организации по методике БКГ и «Продукт - рынок».</i> . . . . .	71
ТЕМА 1.7. РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА.....	73
1.7.1. Концепция проектной деятельности в маркетинге инноваций	73
1.7.2. Командный подход в маркетинге инноваций. . . . .	74
1.7.3. Окружение и участники проекта.....	75
<i>Вопросы для самоконтроля</i> .....	78
<i>Задание 7. Разработка плана маркетинга инновации.</i> . . . . .	78
<b>ЧАСТЬ 2. КЕЙС И ТЕСТЫ</b> .....	80
2.1. Компания Motorola.....	80
2.2. Компания Тэлма Софт.....	82
2.3. Кейс «Компания "Инмарко"».....	85
Тест по теме: «Маркетинг инноваций: понятие и особенности». . . . .	88
Тест по теме: «Матрицы разработки маркетинговой стратегии». . . . .	89
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	91
Вопросы по дисциплине «Маркетинг инноваций» к зачету (экзамену).....	92
Дополнительные вопросы по дисциплине «Маркетинг инноваций».....	93
Структура расчетно-графической работы по дисциплине «Маркетинг инноваций».....	94
Темы теоретической части к расчетно-графической работе по дисциплине «Маркетинг инноваций». . . . .	95
Приложение 1.....	96
Приложение 2.....	99
Приложение 3.....	101
Приложение 4.....	104
Приложение 5.....	107
Приложение 6.....	108
ГЛОССАРИЙ.....	112
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	116