

**ПЛАН  
ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ**

3 ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ»

Практичні заняття, годин – 16

Викладач – Яшкіна О.І.

Обсяг в годинах	Тема та стислий зміст практичного заняття	Мета роботи
1	2	3
2	<p><b>Сутність і зміст маркетингових досліджень інновацій</b></p> <p>1. Мета та завдання маркетингових досліджень інновацій</p> <p>2. Стадії інноваційного процесу та їх зв'язок з маркетинговими дослідженнями</p> <p>3. Система маркетингових досліджень інновацій</p> <p>4. Класифікація маркетингових досліджень інновацій за метою</p>	<p><i>Розуміти та скласти судження про:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формалізовану задачу маркетингових досліджень інновацій,</li> <li>- стадії інноваційного процесу;</li> <li>- систему маркетингових досліджень інновацій.</li> </ul> <p><i>Вміти:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- визначати стадії інноваційного процесу та необхідні маркетингові дослідження інновацій;</li> <li>- визначати мету маркетингових досліджень інновацій проводити.</li> </ul>
2	<p><b>Дизайн та етапи маркетингових досліджень інновацій</b></p> <p>1. Розробка завдань маркетингових досліджень інновацій</p> <p>2. Пошукові маркетингові дослідження інновацій.</p> <p>3. Дескриптивні маркетингові дослідження інновацій.</p> <p>4. Причинно-наслідкові маркетингові дослідження інновацій</p>	<p><i>Розуміти та скласти судження про:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- етапи маркетингових досліджень інновацій;</li> <li>- дизайн маркетингових досліджень інновацій.</li> </ul> <p><i>Вміти:</i> розробляти завдання до проведення дослідження інноваційного продукту.</p>
2	<p><b>Пошукові маркетингові дослідження інновацій</b></p> <p>1. Отримання інформації про інновації. З Інтернет-джерел</p> <p>2. Засоби аналізу вторинної інформації про інновації в Інтернеті</p> <p>3. Глибинні інтерв'ю в маркетингових дослідженнях інновацій</p> <p>4. Фокус-групи та проєктивні методики в маркетингових дослідженнях інновацій</p>	<p><i>Розуміти та скласти судження про:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методи отримання та аналізу інформації про інновації з Інтернету;</li> <li>- методи якісних досліджень інновацій.</li> </ul> <p><i>Вміти:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знаходити та аналізувати інформацію про інновації в Інтернеті;</li> <li>- скласти гайд для проведення фокус-груп та глибинних інтерв'ю.</li> </ul>
2	<p><b>Кількісні методи аналізу результатів маркетингових досліджень інновацій</b></p> <p>1. Панельні дослідження інноваційної продукції: формування та аналіз результатів;</p> <p>2. Методи опитування споживачів інноваційної продукції;</p> <p>3. Методи спостереження за споживачами інноваційної продукції;</p> <p>4. Експерименти у випадку інноваційної продукції.</p>	<p><i>Розуміти та скласти судження про:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- кількісні методи отримання інформації про інноваційну продукцію;</li> <li>- методи аналізу отриманої інформації.</li> </ul> <p><i>Вміти:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- збирати та аналізувати дані, отримані за панельними дослідженнями або опитуваннями;</li> <li>- організувати та аналізувати результати спостережень та експериментів.</li> </ul>
2	<p><b>Дослідження майбутніх інновацій</b></p> <p>1. Методики отримання та аналізу думок експертів</p> <p>2. Визначення узгодженості думок експертів</p> <p>3. Дослідження ринкового середовища інновацій</p>	<p><i>Розуміти та скласти судження про:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методи проведення експертних опитувань;</li> <li>- методи аналізу даних експертних опитувань;</li> <li>- методи дослідження ринкового середовища інновацій.</li> </ul> <p><i>Вміти:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- збирати та аналізувати експертні думки;</li> <li>- надавати характеристику ринковому середовищу інновацій.</li> </ul>

2	<p align="center"><b>Методи прогнозування в маркетингових дослідженнях інновацій</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Кореляційно-регресійний аналіз у прогнозах інноваційної діяльності.</li> <li>2. Трендові моделі у прогнозуванні інноваційної діяльності.</li> <li>3. Методи декомпозиції у прогнозуванні показників інноваційної діяльності.</li> <li>4. Імітаційне моделювання у прогнозуванні показників інноваційної діяльності.</li> </ol>	<p><i>Розуміти та скласти судження про:</i> методи статистичного аналізу результатів маркетингового дослідження інновацій.</p> <p><i>Вміти:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- будувати кореляційно-регресійні моделі для прогнозування показників інноваційної діяльності;</li> <li>- будувати трендові та сезонні моделі для прогнозування показників інноваційної діяльності.</li> </ul>
4	<p align="center"><b>Дослідження маркетингового потенціалу інновацій</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Зміст етапів маркетингового дослідження товару новинки.</li> <li>2. Методи проведення цінових досліджень інноваційної продукції на ринку B2B та B2C.</li> <li>3. Оцінки чутливості до ціни на товари-новинки за шкалами.</li> <li>4. Маркетингові дослідження збуту товарів-новинок.</li> <li>5. Маркетингові дослідження просування товарів-новинок.</li> </ol>	<p><i>Розуміти та скласти судження про:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методи маркетингових досліджень товарів новинок;</li> <li>- методи маркетингових досліджень ціни;</li> <li>- методи маркетингових досліджень збуту;</li> <li>- методи маркетингових досліджень просування.</li> </ul> <p><i>Вміти:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формулювати план та зміст маркетингових досліджень товару;</li> <li>- проводити маркетингове дослідження чутливості до ціни товарів-новинок;</li> <li>- визначати методи просування та розподілу товарів новинок.</li> </ul>