

A stylized, light brown illustration of a plant with several leaves and a cluster of small, round fruits or berries, positioned on the left side of the slide.

МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ

Выполнила :
Шашерина Александра Александровна
10/6 УП

Маркетинг

- Маркетинг - процесс планирования и воплощения замысла, ценообразования, продвижения и реализации идей, товаров и услуг посредством обмена, удовлетворяющего потребности отдельных лиц и организаций.
- Задачи маркетинга : - определении и удовлетворении человеческих и общественных потребностей.

Маркетинг инноваций связан только с новыми продуктами и новыми технологиями (операциями).

- ❖ Товары мировой новизны
- ❖ Товары новые для фирмы
- ❖ Расширение имеющейся гаммы продуктов
- ❖ Обновленные продукты
- ❖ Изменение позиционирования продукта
- ❖ Сокращение издержек (производственная инновация)

Маркетинг инноваций

- М.И. – система мероприятий направленных на исследование и продвижение инновационного продукта на рынок.
- М.И. – это процесс, который включает :
 1. планирование производства инноваций.
 2. исследование рынка
 3. налаживание коммуникаций
 4. установление цен
 5. организацию продвижения инноваций
 6. развертывание служб сервиса

Маркетинг инноваций

- Основные принципы:

1. ориентация на природу потребительского поведения;
2. ориентация на долговременную перспективу, т.е. адаптивность;
3. ориентация на конечный практический результат.

Особенности рынка инноваций

- предложения значительно превалируют спрос на инновации
- высокие психологические барьеры восприятия инновационных продуктов потребителями
- глобальный характер
- инновационная не имеет определенного места и каналов сбыта
- инновационные продукты приобретают исключительно профессионалы
- отличается многообразием товаров, купля/продажа которых имеет специфику
- Функционирование этого рынка осуществляется финансовой, информационной и организационной инфраструктурой
- Субъекты данного рынка (технопарки, научно-исследовательские институты, предприятия и прочие) вынуждены выполнять несвойственные им функции, в связи с неразвитостью рынка инноваций и сложностью коммуникаций.

Особенности рынка инноваций

Инновационные продукты являются специфическим товаром. Наряду с новизной они имеют и другие свойства:

- **Эффективность и привлекательность**
- **Наличие авторства**
- **Способность к мультипликации**
- **Новые потребности у потребителей**

Методы продвижения инноваций

Участники:

- научный институт
- производственное предприятие
- организация-посредник

Фазы реализации инновации:

- исследовательская
- производственная
- стадия реализации

Основные методы продвижения инноваций:

- вертикальный
- горизонтальный

Формы трансфера технологий:

- коммерческая
- некоммерческая

Новые модели продвижения инноваций на рынок

Новая концепция маркетинга, при которой производитель нового товара встречается с потребителем на первых этапах инновационной деятельности. Эта встреча происходит двумя путями:

- проводится активные маркетинговых исследования с целью определить потенциальный спрос потребителя
- на первых стадиях инновационной деятельности формируется новые потребности в новом виде продукции. При этом осуществляется 2 цели:
- снижение риска
- ускорение продвижения нового товара на рынок.

Модели продвижения инноваций:

- Сферическая
- Отпочковывание
- Струйная