**Вопросы для подготовки к экзамену по дисциплине «Маркетинг инноваций»**

1. Роль инноваций в современной экономике. Инновации   
   как фактор экономического роста.
2. Основные понятия инновационной деятельности. Классификация инноваций.
3. Инновационная деятельность предприятия. Управление инновациями на предприятии.
4. Понятие инновационного процесса на предприятии.
5. Формы инновационного процесса.
6. Маркетинг в системе управления инновационным процессом.
7. Внутренняя инновационная среда предприятия. Инновационный потенциал организации и его оценка.
8. Макросреда инновационной деятельности предприятия.
9. Оценка конъюнктуры рынка инноваций.
10. Подходы к сегментации рынка с целью поиска инновационных возможностей. Макро- и микросегментация рынка новых товаров.
11. Исследование рынка инноваций. Поиск и создание конкурентных преимуществ.
12. Маркетинговый анализ потребителей инноваций.
13. Восприятие новинки потребителем (клиентом).
14. Позиционирование инновационного продукта.
15. Понятие товарной политики, стратегии и тактики ЖЦТ, товары-новинки.
16. Подходы к созданию инновационного товара.
17. Процесс создания инновационного товара.
18. Стратегия управления инновационным товаром.
19. Ценообразование для инновационных товаров.
20. Продвижение инновационных товаров.
21. Причины неудачи товаров-новинок.
22. Знания как элемент интеллектуального труда.
23. Маркетинг образовательных учреждений.
24. Технология как объект маркетинга. Особенности маркетинга инжиниринговых услуг
25. Организация маркетинга в системе управления предприятием.
26. Маркетинговый контроль инновационной деятельности. Виды контроля.
27. Инновационный потенциал предприятия.
28. **Индикаторный метод оценки инновационного потенциала предприятия.**
29. Стратегическое планирование маркетинга.
30. Инновационный проект как объект маркетинга   
    (бизнес-проект инновации).
31. Оценка эффективности инновационных проектов.
32. Сущность брэнд-стратегии инноваций.
33. Этапы создания бренда и принципы эффективного брэндинга.
34. Принцип позиционности и его значение для успешной работы с брендом. Модификации бренда.
35. Использование бенчмаркетинга в системе инновационного предприятия.
36. Мобильный маркетинг в системе инновационного предприятия.
37. Классификация инструментов мобильного маркетинга.
38. Многообразие форм мобильной рекламы.
39. Роль инноваций в современной экономике. Инновации   
    как фактор экономического роста.