**Тематика рефератов**

**ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

«Маркетинг инноваций» и отдельных ее тем

1. Технологические уклады и цикличность экономического развития общества.
2. Сравнительная характеристика понятий инновационная деятельность, инновационная активность, коммерческий потенциал. Основные составляющие коммерческого потенциала.
3. Концепции формирования и распространения инноваций.
4. Предпосылки для инвестирования в инновационные активы в Республики Беларусь.
5. Инфраструктура рынка инноваций: виды и краткая характеристика основных элементов.
6. Генезис категории инфраструктура и ее взаимосвязь с теорией технологических укладов.
7. Формы стимулирования инновационной деятельности и субъекты ее осуществляющие.
8. Методы и инструменты стимулирования инновационной деятельности
9. Принципы создания инновационного объекта инновационной инфраструктуры.
10. Негативные последствия развития инфраструктуры и способы их минимизации.
11. Организация инновационной деятельности на предприятии. Формы организации и виды оргструктур.
12. Конкурентный анализ рынка сбыта инновационного продукта:конкурентная стратегия, конкурентная среда и конкурентный климат предприятия.
13. Классификация стратегий инновационного развития предприятия и их характеристики.
14. Инновационный проект как элемент инновационной деятельности: сущность, виды и отличительные характеристики.
15. Этапы создания и реализации инновационного проекта
16. Классификация инновационных проектов: виды и типы. Инжиниринговые услуги в инновационном проектировании.
17. Риски инновационного проекта: виды и методы анализа
18. Оценка рисков инновационной деятельности.
19. Бизнес-план инновационного проекта: структура и основные показатели
20. Оценка эффективности инновационных проектов.
21. Основные направления реализации инновационных проектов в практике современного предприятия.
22. Последовательность инновационного процесса. Понятие «инновационная идея», ее источники и формы систематизации.
23. Система информационно-когнитивного моделирования инноваций: сущность, факторы и основные принципы развития.
24. Методы поиска идей и создания инноваций.
25. Факторы, определяющие состояние рынка сбыта инноваций.
26. Этапы оценки рынка сбыта инноваций.
27. Управление деятельностью каналов сбыта инновации.
28. Методы продвижения инновационного продукта на рынок.
29. Методы прогнозирования общего объема и структуры спроса на инновационный продукт.
30. Понятие емкости рынка инновационного продукта. Определение емкости рынка различными методами.
31. Рынок инновационного продукта: методы оценки и значение коньюнктуры рынка.
32. Сущность, цели и направления проведения маркетинговых исследований инновационной продукции.
33. Алгоритм и принципы проведения маркетинговых исследований. Программа исследования инновации.
34. Сегментация рынка инновации: виды и критерии.
35. Методы маркетинговых исследований (количественные, качественные и смешанные).
36. Особенности ценообразования на рынках инноваций.
37. Этапы определения цены на инновационный продукт.
38. Стратегии и методы ценообразования на рынке инноваций.
39. Виды и структура цен на рынке инноваций.
40. Маркетинговые коммуникации на инновационном рынке.
41. Специфика покупательского поведения на инновационном рынке. Модели покупательского поведения.
42. Формы и этапы трансфера технологий.
43. Бенчмаркинг, как основной метод маркетинговых исследований инновационного продукта: сущность и способы реализации.
44. Маркетинговая информационная система, как основной фактор обеспечения продажи инновации.