**Деловая игра №7**

**«Разработка стратегии продвижения инновационного продукта на рынок»**

Целью деловой игры является формирование у студентов практических навыков проведения маркетингового исследования и формирования стратегии продвижения инновационного продукта на рынок.

Разделить группу студентов на 2 команды. Первая команда будет состоять из ученых-разработчиков, вторая группа будет состоять из профессиональных маркетологов. На первом этапе каждой команде необходимо обосновать потребность рынка в новом продукте. Для этого необходимо раскрыть следующую информацию:

* 1. обосновать концепцию нового продукта (придумать или взять готовый продукт).
	2. конкретизировать существующие товары-аналоги на рынке.
	3. составить программу маркетингового исследования рынка (сформулировать проблему, цель, задачи, предмет, объект и вопросы анкеты).
	4. уточнить отличительные особенности нового продукта.
	5. оценить потребность в инвестиционных ресурсах для создания, производства и реализации инновационного продукта.
	6. разработать рекламную кампанию нового продукта.

На втором этапе каждой команде необходимо позиционировать товар на рынке. Для этого каждая команда должна выбрать свой сегмент и обосновать свою стратегию. Обоснование стратегии команды проводят в форме подготовленной презентации.

На третьем этапе каждая команда должна оценить деятельность своих соперников и обосновать свои выводы.

Результат проведения деловой игры оценивается по уровню обоснованности предлагаемых мероприятий. В качестве экспертов для оценки могут быть приглашены ведущие преподаватели или представители работодателей. В конце преподаватель подводит итоги и оценивает работу каждой из команд с точки зрения характера выполняемых функций учеными и маркетологами, обоснованности полученных выводов и внесенных предложений (каждая команда должна соответствовать своей профессиональной деятельности).

**Список рекомендуемой литературы**

1. Горюнова Л. Инновационная система региона. Инструменты и механизмы управления. — СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011. — 202 с.

1. Минаев Э.С., Нижегородцев Р.М. Инновационный менеджмент. — М.: Изд-во МАИ-ПРИНТ, 2009. — 326 с.
2. Никулина О.В. Стратегические ориентиры инновационного развития экономики: монография / О.В. Никулина. Краснодар: Просвещение – Юг. 2010. – 190 с.
3. Никулина О.В. Механизм управления инновационным развитием промышленных предприятий в условиях формирования кластерной архитектуры экономики: монография / О.В. Никулина. Краснодар: Кубанский гос. ун-т. 2013. – 356 с.
4. Орлова Н.В. Инструменты обеспечения инновационного развития экономики России. — Саратов: Наука, 2010. — 141 с.

6. Инвестиционный портал Краснодарского края. [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: <http://investkuban.ru/innovacii.html>. (Дата обращения 25.06.2015г.)