

НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЕКТ

Навчальний проект являє собою курсову роботу – теоретичне дослідження за темою «Методика проведення аналізу ринку та маркетингові дослідження діяльності підприємства». Форма виконання – **письмово**. Обсяг роботи: 20-25 сторінок друкованого тексту без додатків, кегль 14, інтервал 1,5.

Типова структура курсової роботи передбачає наявність вступу, основної частини, висновків, списку використаних джерел і додатків (за необхідності).

У вступі необхідно відзначити актуальність дослідження, його мету та завдання, методи дослідження та аналізу.

Зміст основної частини містить такі частини:

1) коротка характеристика аналізованого підприємства (його види діяльності, основні споживачі, постачальники, посередники, тип інноваційної поведінки за підходом Раменського-Фрізенвінкеля та підходом Майлса і Сноу);

2) основні економічні показники діяльності підприємства за останні 3-5 років;

3) аналіз ефективності товарної політики підприємства та обґрунтування заходів щодо введення нових чи модифікації існуючих товарних ліній (аналіз за допомогою SWOT-аналізу та матриці «МакКінсі – Дженерал Електрик»);

4) обґрунтування можливих напрямків модифікації товарної номенклатури підприємства з розробленням ідеї та задуму нового товару;

5) оцінка ринкових перспектив нової продукції;

6) оцінка рівня та достатності інноваційного потенціалу підприємства для розроблення та впровадження інновацій конкретної спрямованості,

7) аналіз інноваційних ризиків, пов'язаних з виведенням нових товарів на ринок;

8) розроблення заходів щодо стимулювання (формування) попиту на інновації;

9) економічне обґрунтування заходів з удосконалення товарної інноваційної політики підприємства.

У висновках формують основні отримані результати і рекомендації щодо удосконалення товарної інноваційної політики підприємства.

Текстовий матеріал курсової роботи обов'язково повинен ілюструватися таблицями, рисунками, діаграмами, схемами тощо, які містять фактичні дані підприємств та установ, а також результати розрахунків.

Список літератури наводиться після висновків. У додатках можуть бути розміщені запозичені матеріали, що характеризують об'єкт дослідження, результати досліджень, проміжні розрахунки тощо.

Основною особливістю роботи є її практична спрямованість. Основну увагу необхідно приділяти застосуванню інструментарію маркетингу інновацій для аналізу і розроблення заходів з підвищення ефективності товарної інноваційної політики підприємства.