

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/doklad/88856>

Тип работы: Доклад

Предмет: Управление

-

Результатом инновационной деятельности компании или ее подразделения является программа, которая воплощает в себе решение широкого спектра вопросов, относительно разработки, обоснования и внедрения инновации.

Инновационная программа – это документ, в котором отражены все аспекты необходимости внедрения инновационной идеи и аргументировано обоснован экономический эффект или другие преимущества для компании. Зачастую инновационная программа может использоваться как антикризисный инструмент. Ее разрабатывают в тот момент, когда компании необходим значительный прорыв или она вынуждена принимать какие-либо радикальные решения для изменения своего положения на рынке. В этом случае вполне уместно задуматься о том, как создать инновацию и с ее помощью выйти из кризисного положения. Инновационная программа разрабатывается специалистами отдела маркетинга и включает в себя разработки и отчеты других структурных подразделений компании, а также внешних поставщиков информации.

Инициатором разработки инновационной программы могут быть несколько субъектов:

- маркетолог, который оценивает рыночный потенциал продукта, работает с потребителями и выявляет степень их удовлетворенности, изучает тренды развития соответствующего рынка продуктов и услуг.
- руководитель компании, который анализирует продажи продукта, также изучает рыночные тенденции,
- менеджера по продажам, которые общаются с потребителями и выявляют недостатки и потенциал совершенствования продукта,
- технологи компании, которые выявляют как продукт можно усовершенствовать или создать ему дополнительные выгоды.

Таким образом, участие в разработке идеи инновации и разработки маркетинговой программы многосубъектно.

Инновационная программа реализуется поэтапно в соответствии с календарным планом и графиком мероприятий. Каждое мероприятие инновационной программы направлено на достижение генеральной цели – внедрение инновации.

Особым разделом инновационной программы является экономическое обоснование внедрения инновации. Именно оно дает полный анализ будущего состояния компании вследствие воплощения в жизнь инновационной идеи, разработанной маркетологами.

Разработка инноваций сложный и трудоемкий процесс – требующий использования знаний специалистов разных профилей и, непременно, профессиональных маркетологов. Для создания новой инновации нужно не только уметь собрать и обработать данные, но и уметь использовать их для разработки маркетинговой программы, стратегии и т.п.

Кадровый ресурс в процессе создания маркетинговых инноваций является одним из основных, так как он обеспечивает ядро инновационной деятельности – креатив и концепцию инновации.

Концепция инновации – это идея воплощения инновации, основанная на видении ее применения в тактическом и оперативном плане. Благодаря концепции маркетинговой инновации руководитель предприятия понимает, что принесет новый продукт или услуга в жизнь и развитие компании, изменение ее дохода, имиджа, лояльность потребителей.

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/doklad/88856>