

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|---|-----|
| Введение | 4 |
| Тема 1. Содержание инновационной деятельности на предприятии | 5 |
| Тема 2. Инновационная деятельность как объект маркетинга | 20 |
| Тема 3. Внешняя и внутренняя среда в маркетинге инноваций | 26 |
| Тема 4. Маркетинговые исследования в инновационном процессе | 32 |
| Тема 5. Маркетинг знаний и технологий | 47 |
| Тема 6. Проектирование продукта и выход на рынок | 67 |
| Тема 7. Формирование цены инновационного продукта | 74 |
| Тема 8. Маркетинговые коммуникации для инновационного продукта | 79 |
| Тема 9. Стимулирование сбыта инновационного продукта | 88 |
| Тема 10. Формирование системы сбыта инновационного продукта | 96 |
| Тема 11. Маркетинговые аспекты организации и контроля инновационного развития предприятия | 109 |
| Тема 12. Маркетинговые индикаторы инновационного потенциала предприятия и их оценка | 117 |
| Тема 13. Формирование маркетинговой стратегии инновационного развития предприятия | 126 |
| Учебно-методическая литература | 137 |