Буруби Мохамед Рамзи Методы координации взаимодействий участников процессов разработки и внедрения продуктовых инноваций на основе концепции маркетинга отношений

ОГЛАВЛЕНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

кандидат наук Буруби Мохамед Рамзи

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1 Теоретические основы интеграции деятельности участников инновационных процессов

1.1. Сущность процессов интеграции при разработке продуктовых инноваций и обоснование необходимости развития научно-методических основ реализации таких процессов

1.2. Анализ состава и функций субъектов инновационного процесса при разработке и внедрении продуктовых инноваций

1.3. Роль маркетинга в инновационных процессах при разработке и внедрении продуктовых инноваций

Выводы по главе

ГЛАВА 2. Методические основы обеспечения координации взаимодействий компаний - участников инновационного процесса на основе концепции маркетинга отношений

2.1. Концептуальные положения по координации инновационных процессов на основе положений концепции маркетинга отношений

2.2. Методы координации процессов разработки и внедрения продуктовых инноваций на основе концепции маркетинга отношений

2.3. Алгоритм координации участников процессов разработки и внедрения продуктовой инновации на основе маркетинга отношений

Выводы по главе

ГЛАВА 3 Научно-практические рекомендации по применению методов маркетинговой координации интеграционных процессов при разработкеи внедрении инноваций

3.1. Факторы принятия решений по выбору методов координации зваимодействий участников процессов разработки и внедрения инноваций

3.2. Методические рекомендации по внедрению методов маркетинговой координации интеграционных процессов при разработке продуктовых инноваций

3.3. Комплекс показателей результативности применения методов координации взаимодействий участников процессов разработки и внедрения продуктовой инновации

Выводы по главе

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ