Антошкин Сергей Игоревич Управление брендом инновационной продукции

ОГЛАВЛЕНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

кандидат наук Антошкин Сергей Игоревич

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1. ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА

1.1. Основные индикаторы инновационного развития экономики РФ

1.2. Инновации, инновационно-активные компании и инновационный процесс: основные определения и модели инновационного процесса

1.3. Основные составляющие конкурентоспособности инновационного продукта

1.4. Формирование и развитие маркетингового потенциала инновационно-активной компании

ГЛАВА 2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ БРЕНДОМ

2.1. Бренд и управление брендом: основные трактовки и разграничение понятий

2.2. Сложности и риски управления брендом

2.3. Роль бренда как фактора формирования положительного восприятия инновационного продукта

2.4. Управление потребительской лояльностью

2.5. Основные подходы к определению и управлению капиталом бренда

ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА МОДЕЛИ ПРОЦЕССА МАРКЕТИНГОВОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРИ СОЗДАНИИ И ПРОДВИЖЕНИИ ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ

3.1. Анализ взаимосвязи между управлением брендом, инновационной активностью и переменными характеризующими результат маркетинговой деятельности компании: эмпирическое исследование

3.2. Разработка системы показателей управления капиталом бренда инновационного продукта

3.3. Модель процесса маркетинговой поддержки осуществления продуктовых инноваций

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ