

Шерстобитова Т.И.

Маркетинговое управление взаимодействием субъектов инновационной сферы : монография/Т.И. Шерстобитова, Л.Н. Семеркова. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 282 с.

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЕ.....	5
1.1. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЫ.....	5
1.2. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГА В УПРАВЛЕНИИ ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРОЙ.....	28
1.3. ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В УСЛОВИЯХ ОТКРЫТЫХ ИННОВАЦИЙ.....	45
Глава 2. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ ОТНОШЕНИЯМИ СУБЪЕКТОВ ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЫ....	64
2.1. СЕТИ КАК ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СУБЪЕКТОВ ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЫ.....	64
2.2. РОЛЬ СЕТЕВОГО КАПИТАЛА В РАЗВИТИИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ.....	86
2.3. МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ И УПРАВЛЕНИЮ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕМ СУБЪЕКТОВ ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЫ.....	104
Глава 3. АНАЛИЗ ПРОЦЕССОВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СУБЪЕКТОВ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЫ.....	121
3.1. МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОЦЕССОВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЫ.....	121
3.2. АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ ХАРАКТЕР ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СУБЪЕКТОВ ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЫ.....	133
3.3. АНАЛИЗ СПЕЦИФИКИ ФОРМИРОВАНИЯ ОТНОШЕНИЙ СУБЪЕКТОВ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЫ.....	153
Глава 4. КОНЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ СЕТЯМИ.....	177
4.1. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ СЕТЕЙ НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ.....	177
4.2. УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕМ НА ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИИ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ОТНОШЕНИЙ.....	199
4.3. МОДЕЛЬ КОММУНИКАТИВНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ СЕТЕЙ.....	220
Заключение.....	242
Библиографический список.....	244
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	266
<i>Приложение А.....</i>	<i>266</i>
<i>Приложение Б.....</i>	<i>279</i>