

**Ілляшенко Н.С. Формування організаційно-економічних засад інноваційного маркетингу на промислових підприємствах. – Рукопис.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут». – Харків, 2009.

Дисертацію присвячено вирішенню задачі розроблення і наукового обґрунтування організаційно-економічних засад інноваційного маркетингу промислових підприємств на основі забезпечення узгодженої взаємодії їх інноваційної та маркетингової діяльності. Визначено сутність і зміст економічної категорії «інноваційний маркетинг», його ролі і місця серед інших концепцій ведення бізнесу. Запропоновано класифікацію різновидів маркетингу на основі їх історичного розвитку та доповнення складу елементів комплексу маркетингу. Удосконалено складові організаційно-економічного механізму управління підприємством, на основі застосування концепції інноваційного маркетингу. Розроблено теоретико-методичний підхід до визначення стратегічного вектору розвитку ринкових можливостей машинобудівних підприємств. Запропоновано карту позиціонування «стадія життєвого циклу товару-ціна» для визначення рівня задоволення запитів споживачів конкретного товару. Розроблено теоретико-методичний підхід до обґрунтування доцільності вибору інноваційних проектів.

**Ключові слова:** концепція інноваційного маркетингу, маркетинг інновацій, інновації в маркетингу, інноваційна діяльність, маркетингова діяльність, ринкові можливості, інноваційний проект, підприємства машинобудування.