

Нагорний Є.І. Науково-методичні засади маркетингового тестування промислової інноваційної продукції. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), Сумський державний університет, Суми, 2011.

Дисертацію присвячено розробленню і науковому обґрунтуванню науково-методичних засад маркетингового тестування промислової інноваційної продукції. У дисертації проаналізовано результативність інноваційної діяльності зі створення і реалізації інноваційної продукції, окреслено причини, що призводять до незадовільних результатів її продажу на ринку. Доведено необхідність застосування розробленої автором процедури маркетингового тестування інноваційної продукції, визначено місце даної процедури на етапах інноваційного циклу та основні проблеми, що вона вирішує в практичній діяльності.

Ключові слова: інноваційна продукція, маркетингове тестування, новизна продукції, інноваційний ризик, потенціал інноваційного розвитку, конкурентоспроможність