

Троян М.Ю. Науково-методичні основи управління просуванням на ринку промислових інноваційних продуктів. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (виробництво машин та устаткування; хімічне виробництво). – Сумський державний університет, Суми, 2010.

Вирішено важливе науково-прикладне завдання розвитку теоретичних та науково-методичних основ управління просуванням промислових інноваційних продуктів на рівні підприємства на ринку, що ґрунтуються на визначенні рівня залучення та прогнозуванні реакції потенційних підприємств-споживачів на інструменти комплексу просування. Удосконалено науково-методичні підходи до управління рівнем залучення промислового підприємства-споживача, до прогнозування поведінкової реакції споживача на комунікаційний вплив, а також до оптимізації розподілу бюджету просування машинобудівного підприємства між інструментами комплексу. Запропоновано підхід до формування комунікаційних ефектів. Доповнено класифікацію типів залучення підприємств-споживачів. Запропоновано систематизацію факторів формування рівня залучення підприємств-споживачів.

Ключові слова: промисловий інноваційний продукт, управління просуванням, модель поведінки підприємства-споживача, рівень залучення, поведінкова реакція, бюджет просування.