

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА,
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

**КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ
ПРОЕКТАМИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ»**

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой

 П. М. Корзик

«14» 12 2018 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание степени магистра экономики

Маркетинг инновационных проектов

Специальность 1 – 27 81 01 «Управление инновационными проектами
на производстве»

Магистрант

Руководитель
канд. экон. наук, доцент

Нормоконтроль

 Е.А. Насанович

 Н.В. Жудро

 Т.К. Савко

Минск 2018

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Цели и задачи исследования

Цель исследования: разработка инновационных проектов с позиций маркетинга.

Цель работы предусматривает постановку и решение следующих задач:

– уточнить понятия «инновационный проект», «маркетинг инновационных проектов» на основе анализа существующих в зарубежной и отечественной литературе теоретических положений и подходов к маркетингу инноваций;

– предложить обобщённую классификацию инновационных проектов с учётом концепции маркетинга;

– исследовать маркетинг инновационных проектов на различных стадиях разработки и продвижения, разработать методический подход к маркетингу инновационных проектов, позволяющий исследовать, данную проблему в комплексе;

– дать экономическую оценку эффективности предлагаемых маркетинговых инновационных проектов.

Сущность и методика предполагаемых исследований

Объектом исследования являются инновационные проекты предприятия.

Предмет исследования – маркетинговые инструменты разработки инновационных проектов.

Исследование базируется на общенаучных методах познания: анализе, синтезе, индукции, дедукции, принципах системного подхода, наблюдении, сравнении, а также экономико-математических и статистических методах: сводке и группировке данных. Для накопления, хранения, обработки и представления данных использовались современные компьютерные технологии: Microsoft Excel, SPSS, Corel Draw.

Научная и практическая значимость результатов

Теоретическая значимость полученных результатов исследования заключается в дополнении и развитии методических подходов к формированию маркетинга инновационных проектов на предприятии. Практическая значимость работы заключается в возможности применения ее результатов на предприятии.

Научная новизна исследования заключается в совершенствовании существующих подходов к формированию маркетинга инновационных проектов

Структура и объем магистерской диссертации

Диссертация состоит из введения, общей характеристики работы, трех глав, заключения, списка использованной литературы. Полный объем диссертации составляет 80 страниц. Объем, занимаемый 12 рисунками, 28 таблицами, использованной литературой (31 наименований), составляет 25 страницы.

В первой главе магистерской диссертации отражен анализ основных понятий маркетинга инновационных проектов и моделей оценки эффективности инновационных проектов с учетом особенностей их применения.

Во второй главе приведены наиболее важные аспекты деятельности данной организации, оказывающие наибольшее влияние на состав показателей и инструментов, применяемых для оценки результативности инновационной деятельности.

В третьей главе предложены и разработаны новые мероприятия, экономическая оценка, сравнительная характеристика итогов внедрения инноваций, промежуточные выводы, которые были выявлены в ходе анализа.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Попов, В.Л. Управление инновационными проектами: извлеченные уроки / В.Л. Попов. – Москва: Креативная экономика, 2012. – 56 с.
2. Карпушин, Е.С. Повышение качества образования и научной деятельности учреждений высшего образования / Е.С. Карпушин. – Москва: Экономический журнал, 2015. – 123 с.
3. Назайкин, А.Н. Как оценить эффективность рекламы / А.Н. Назайкин. – Москва: Солон-пресс, 2014. – 304 с.
4. Мыльников, Л.А. Управление инновационными проектами на основе главного интегрального критерия / Л.А. Мыльников. – Москва: Управление большими системами, 2010. – 151 с.
5. Колоколов, А.С. Методические аспекты работы над инновационными проектами на ранней стадии развития / А.С. Колоколов, Д.Б. Шульгин. – Москва: Инновации, 2011 – 101 с.
6. Мозговой, А.И. Виртуально-сетевая модель управления инновационным (научноисследовательским) проектом / А.И. Мозговой. – Москва: Инициативы XXI века, 2012. – 14 с.
7. Ростовцев, С.Б. Использование концепции инновационного шеринга для оценки роли участников в инновационном проекте / С.Б. Ростовцев. – Москва: Теория и практика общественного развития, 2015. – 95 с.
8. Романова, М.В. Управление инновационными проектами в бизнесе / М.В. Романова. – Москва: Экономический анализ: теория и практика, 2003. – 38 с.
9. Фатхутдинов, Р.А. Инновационный менеджмент: учеб. Пособие : в 2 ч / Р.А. Фатхутдинов. – Москва: ЗАО “Бизнес-школа Интел-Синтез”, 1998. – 599 с.
10. Инновационный менеджмент: справ. пособие / А.К. Казанцев ; под ред. А.Н. Завлина, Л.Э. Миндели. – Москва: ЦИСН, 1998. – 586 с.
11. Инновационный менеджмент: учеб. пособие / В.В. Березин, Л.П. Мещеряков. – Москва: КНОРУС, 2005. – 544 с.
12. Медынский В.Г. Инновационный менеджмент: учеб. пособие / В.Г. Медынский. – Москва: ИНФРА-М, 2002. – 295 с.
13. Инновационный менеджмент: учебник для вузов/ С.Д. Ильенкова, Л.Х. Михберг, С.Ю. Ягудин и др. ; под ред. С.Д. Ильенковой. – Москва: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1999. – 327 с.
14. Твисс, Б. Управление научно-техническими нововведениями; пер с англ. Б.Твисс. – Москва: Экономика, 1989. – 217 с.
15. Саломеева, А. Легальный шпионаж/ А. Саломеева. – Москва: БОСС, 2001, – 55 с.

16. Реклама на рубеже тысячелетий : ретросп. библиогр. указ. (1998– 2003) / М-во образования и науки Рос. Федерации, Гос. публич. науч.- техн. б-ка России ; сост.: В.В. Климова, О.М. Мещеркина. – Минск, 2004. – 288 с.
17. Хотинская, Г.И. Анализ хозяйственной деятельности предприятия (на примере предприятий сферы услуг) : учеб. пособие для вузов / Г.И. Хотинская, Т.В. Харитоновна. – Москва: Дело и сервис, 2010. – 240 с.
18. Чернов, В.А. Экономический анализ: учеб. пособие для вузов / В.А. Чернов; под ред. М.И. Баканова. – Москва: ЮНИТИ-Дана, 2009. – 686 с.
19. Стрелкова, Л. В. Экономика и организация инноваций. Теория и практика / Л.В. Стрелкова, Ю.А. Макушева. - Москва: Юнити-Дана, 2013. – 236 с.
20. Черчилль Г. А., Браун Т. Д. Маркетинговые исследования. 5-е изд. / Пер. с англ. – СПб: Питер, 2010. – 704 с.
21. Дайнеко, А.Е. Экономика Беларуси в системе всемирной торговой организации / А.Е. Дайнеко, Г.В. Забавский, М.В. Василевская; под ред. А.Е. Дайнеко. – Минск: Ин-т аграр. экономики, 2004. – 323 с.
22. Брассингтон, Ф. Основы маркетинга / Ф. Брассингтон, С. Петтитт. – М.: Бизнес Букс, 2014. – 536 с.
23. Баранчеев, В. П. Управление инновациями / В.П. Баранчеев, Н.П. Масленникова, В.М. Мишин. - Москва: Высшее образование, 2009. - 712 с.
24. Бизнес план ОАО «БЗТДиА» за 2017 год.
25. Яшин, С. Н. Анализ эффективности инновационной деятельности / С.Н. Яшин, Е.В. Кошелев, С.А. Макаров. – М.: БХВ-Петербург, 2012. - 288 с.
26. Гонtareва, И.В. Управление проектами: Учебное пособие / И.В. Гонtareва, Р.М. Нижегородцев, Д.А. Новиков. – М.: КД Либроком, 2013. - 384 с.
27. Сооляттэ, А.Ю. Управление проектами в компании: методология, технологии, практика: Учебник / А.Ю. Сооляттэ. – М.: МФПУ Синергия, 2012. - 816 с.
28. Станиславчик, Е.Н. Бизнес-план: Управление инвестиционными проектами / Е.Н. Станиславчик. - М.: Ось-89, 2009. - 128 с.
29. Фасхиев, Х. А. Модель управления инновационной деятельностью предприятия / Х. А. Фасхиев. – Москва: Менеджмент в России и за рубежом, 2013 – 28 с.