

В монографии анализируется комплексная деятельность предприятия по созданию, освоению, распространению и использованию продуктовых, технологических и организационных нововведений в условиях конкурентного окружения. Содержание книги охватывает изложение принципов современной институционально-эволюционной теории технического прогресса и инноваций, методов управления инновационным проектированием. Подробно рассматривается цепь последовательного превращения идеи в товар через этапы фундаментальных и прикладных исследований, опытно-конструкторских разработок, анализа спроса на продукцию, маркетинга, оценки эффективности нововведений, сбыта. Предназначается для теоретиков и практиков менеджмента --- преподавателей вузов, исследователей, инженеров-конструкторов, менеджеров промышленных компаний, инновационных предпринимателей. Может использоваться в качестве базового курса инновационного менеджмента для студентов, магистрантов и докторантов университетов. Пособие составлено с учётом государственных образовательных стандартов экономических специальностей вузов. Илл. 82, табл. 27, библи. 599.