

Министерство образования Республики Беларусь
Витебский государственный технологический университет

УДК 659
№ ГР 20014278



УТВЕРЖДАЮ
проректор по научной работе

С.М. Литовский

200_г.

ОТЧЕТ

о научной исследовательской работе

«Анализ рынка научно-технической продукции по направлению
«Легкая промышленность» и формирование эффективного механизма
трансфера технологий»

(промежуточный)

2001-Г/Б-201

Начальник НИС

С.А. Беликов

Научный руководитель

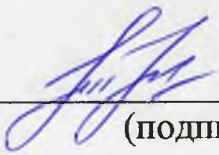
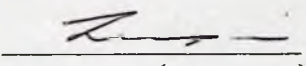
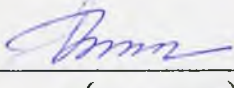
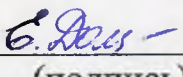
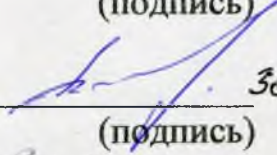
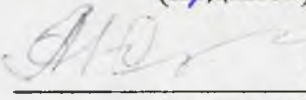
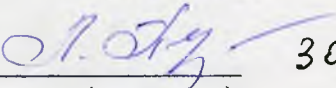
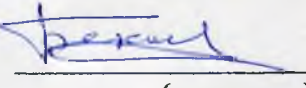
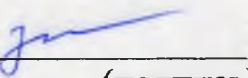
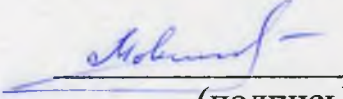
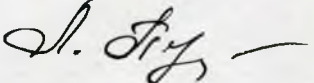
Прокофьева Н.Л.

Витебск 2003г.

Библиотека ВГТУ



СПИСОК ИСПОЛНИТЕЛЕЙ

Прокофьева Н.Л.	 30.12.03. (подпись)
Дем О.Д.	 30.12.03 (подпись)
Рипецкая Л.А.	 30.12.03. (подпись)
Домбровская Е.Н.	 30.12.03 (подпись)
Шарапков В.В. .	 30.12.03 (подпись)
Юхманов А.С. .	 30.12.03 (подпись)
Пусенкова Л.В.	 30.12.03 (подпись)
Бекис Ю.В.	 30.12.03 (подпись)
Зинчук А.В. .	 30.12.03 (подпись)
Овсянкин М. В.	 30.12.03 (подпись)
Нормоконтроль	 — Пусенкова Л.В.

РЕФЕРАТ

Отчет 55 с., 29 табл., 10 источников, 6 приложений:

ИНФОРМАЦИОННО-РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ,
КЛАССИФИКАЦИЯ РЕКЛАМНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ, АНАЛИЗ
РЫНКА НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ, КЛАССИФИКАЦИЯ
ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК, СПРОС НА НАУЧНЫЕ
РАЗРАБОТКИ, РЕКЛАМНАЯ СТРАТЕГИЯ.

Объектом исследования являлась коммерческая деятельность ЦТТ УО «ВГТУ» по выявлению реального и потенциального спроса на инновационную продукцию.

В результате исследования проанализирован инновационный потенциал ЦТТ УО «ВГТУ», сопоставлен с инновационными потребностями предприятий концерна «Беллегпром», разработан план рекламной кампании для производителя трикотажных многозональных полотен и бизнес-планы инвестиционных проектов для выпуска компрессионных медицинских колготок и жилета медицинского разгрузочного специального.

Содержание

	стр
Введение	5
1. Основы эффективной информационно-рекламной политики	6
1.1 Понятие и роль рекламы на товарном рынке	6
1.2 Задачи, решаемые рекламой на разных стадиях развития	7
1.3 Планирование рекламной работы	9
2. Коммерческая деятельность ЦТТ УО «ВГТУ» по продвижению научных разработок	13
2.1. Цели и задачи ЦТТ УО «ВГТУ» по осуществлению информационно-рекламной деятельности	13
2.2 Информирование потенциальных потребителей	15
2.3. Исследование спроса предприятий концерна «Беллегпром» на инновационную продукцию	19
3. Разработка рекламной стратегии для производителя трикотажных многозональных полотен	23
3.1 Основные положения рекламной кампании	23
3.2 График рекламной кампании	26
3.3. Определение бюджета рекламной кампании	27
4 Бизнес-план инновационного проекта для выпуска компрессионных медицинских колготок	28
5 Бизнес план инновационного проекта по производству жилета медицинского разгрузочного специального	43
Заключение	54
Литература	55
Приложения	56

ВВЕДЕНИЕ

Информационно-рекламная политика ЦТТ УО «ВГТУ» направлена на формирование осведомленности потенциальных потребителей инноваций о завершенных НИОКР, с одной стороны, с другой - учитывая потенциал научных кадров и лабораторий высшего учебного заведения – изучение спроса и выявление потребностей в инновационных разработках для формирования плана научных исследований. Актуальность исследования состоит в том, чтобы повысить эффективность информационно-рекламной деятельности.

Цель исследования систематизировать инновационные продукты, оценить их коммерческий потенциал, чтобы выявить разработки, по которым активизация рекламных усилий, приведет к реальному внедрению в производство, и разработать для них бизнес-план и план рекламной кампании.

ЛИТЕРАТУРА

1. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: - М.: ЗАО «Бизнес-школа», 1998.
2. Водачек Л., Водачкова О. Стратегия управления инновациями на предприятии. – М.: Экономика, 1989.
3. Коротков Э.М. Концепция менеджмента. – М.: Издательско-консалтинговая компания «ДеКА», 1977.
4. Лядышский В.Г., Ильдеменов С.В. Реинжиниринг инновационного предпринимательства/ Под ред. Проф.Ирикова В.А.- М.: ЮНИТИ, 1999.
5. Балабанов Н.Т. Инновационный менеджмент. Учебное пособие – СПб.: Издательство «Питер», 2000.
6. Армстронг М. Основы менеджмента. Как стать лучшим руководителем. – Ростов-на-Дону «Феникс», 1998.
7. Хотяшева О. «Организационные формы управления инновационной деятельностью американских компаний».
8. Костельс Пере Эскорса, Посола Жауме Вальс. Технология и инновации на предприятии. – Мн.: БГЭУ, Пропилеи, 1999. – 120с.
9. Малое предпринимательство: проблемы и перспективы (сборник статей Международной научной конференции), Витебск, УО «ВГТУ», УО «ПГУ» 3-4 октября 2002г.).
10. Лебедев В. Перестройка и инвестиции// Труд –2003 -№125 с.14.