



Звягінцева О.Б., Забарна Е.М.Інноваційний маркетинг підприємств: теорія, методологія, механізм: Моногр. / О.Б.Звягінцева, Е.М.Забарна. – Одеса: Фенікс, 2013. – 276 с. ISBN 978 -966-438-717-7

У монографії представлений процес розробки та втілення в маркетингову діяльність механізму формування інноваційного маркетингу на базі результатів дослідження теоретико-методологічних основ маркетингової діяльності, комплексу маркетингу, маркетингової товарної політики та інноваційної діяльності підприємств.

Робота призначена для наукових діячів у сфері маркетингу, інноваційної діяльності й інноваційного маркетингу, маркетингологів-аналітиків, керівників і спеціалістів підприємств.