Таким образом, изучение особенностей технологии, возможности ее применения в производстве и анализ рынка конечных товаров, производимых с ее помощью, позволяет фирме более глубоко обосновать комплекс маркетинга технологии и ее продвижение к покупателю.

ЛИТЕРАТУРА

1. ***Robinson R.D.*** The international transfer of technology. – Cambridge (Mas.): Ballinger Publ. Co. – P. 12.
2. Federal Lab technology transfer: Issues and policies Ed. By. G. R Bopp.–N.– J., Praegep. 1988. – P. 59.
3. ***Kuszmarsksi T.O.*** Managing new product. Englewood Cliffs. (N.-Y.). – 1988. – P.66.
4. ***Financial Times.*** – 1985. – 1 may. – P. 17.
5. ***Schumpetier I.*** A Capitalism, Socialism and Democracy. – N-Y., 1947. – P. 80.
6. Time. – 1988. – March 21.
7. Поиск. – 1992. – №27. – С. 4; International Herald Tribune. – 1988. – February. – 21, 22. – P. 19.
8. Output measurement in science and technology // Ed. by C. Freeman. – Amsterdam Horth–Holand, 1967. – P. 79–80.
9. ***Моритани М.*** Современная технология и экономическое развитие Японии. – М. 1968; A high technology gap? N–Y, 1987. – Ch. 5.
10. Например, фирма «ИКИ» продает технологию производства полиэтилена низкой плотности, сопровождая ее передачей 18–20 томов приблизительно с 7000 чертежами. – Technology transfer practice of international firms . Alpen aan den Rijn, 1978. – P. 97.

Могилевский государственный университет имени А.А. Кулешова