



Перспективные производственные и маркетинговые технологии в бизнесе.фмен_МАГ

- 1 Расположите в правильной последовательности циклический характер жизни инновационного продукта от первой к последней стадии:
- 2 Соотнесите классификацию технологий Ж. Ж. Ламбена и характеристику этих технологий:
- 3 ... технологии– это технологии, на основе которых появляются инновационные продукты, обеспечивающие новый цикл развития рынка.
- 4 Система мероприятий, направленных на исследование и продвижение инновационного продукта на рынок называется:
- 5 Принципы инновационного маркетинга: (укажите 3 ответ)
- 6 Целью маркетинга инноваций является:
- 7 Задачами изучения перспективных маркетинговых технологий являются (укажите 4 ответа):
- 8 Маркетинговое сопровождение ... продукта проводится с помощью ...маркетинговых методик, которые позволяют собрать ключевую информацию по покупателям, рынку, конкурентам и внешней среде.
- 9 Критериями и характеристиками инновационного продукта являются (4 варианта ответа)
- 10 ... – это коммерческое использование результатов творческой деятельности, нацеленной на разработку, создание и распространение новых конкурентоспособных видов продукции, технологий, форм и методов управления, основу которых составляют объекты интеллектуальной собственности.
- 11 Процесс превращения новшества в источник дохода называется:
- 12 Укажите в правильной последовательности этапы инновационного процесса
- 13 Соотнесите классификацию инноваций по уровню воздействия на экономику и характеристику этих инноваций:





- 14) Существующий продукт, качественные или стоимостные характеристики которого были заметно улучшены за счет использования более эффективных компонентов и материалов, частичного изменения одной или ряда технических подсистем (для комплексной продукции) называется:
- 15) Продукт, технологические характеристики которого или предполагаемое использование принципиально новые либо существенно отличаются от аналогичных характеристик и использования ранее производимых продуктов называется
- 16) Инновация, которая включает разработку и внедрение технологически новых или значительно усовершенствованных производственных методов, включая методы передачи продуктов, называется:
- 17) Жизненный цикл ... представляет собой отрезок времени, в течение которого инновация обладает активной жизненной силой и приносит и производителю, и продавцу прибыль или какую-либо другую реальную выгоду.
- 18) Й. А. Шумпетер одним из первых определил критерии инноваций, предложив следующие (укажите 5 ответов)
- 19) Для традиционного маркетинга при выводе товара на рынок характерно: (укажите 1 ответ)
- 20) Для экспедиционного маркетинга при выводе товара на рынок характерно: (укажите 2 ответа)
- 21) Совокупность рыночных отношений, возникающих в процессе создания, освоения, передачи и использования технологий, товаров и услуг – это:
- 22) Специфика инновационного рынка заключается: (укажите 4 варианта ответа)
- 23) Понятие отражает степень благоприятности ситуации, складывающейся в той или иной стране (регионе, отрасли), по отношению к инвестициям, которые могут быть сделаны в страну:
- 24) К параметрам инновационного климата относятся: (укажите 4 варианта ответа)
- 25) Укажите в правильной последовательности пятиуровневую (двигаясь от первого уровня к пятому) инфраструктуру современной сферы инновационной деятельности:
- 26) Экономические субъекты в сфере инновационной деятельности могут выступать ... одних инноваций более низкого уровня и поставщиками инноваций более высоких уровней.





- 27) Инновационный ... является организационным, т.е. здесь в качестве и поставщиков, и покупателей выступают преимущественно предприятия и различные учреждения.
- 28) Участниками сферы инновационного рынка являются: (укажите 5 ответов)
- 29) Основной особенностью посреднических компаний и организаций в области интеллектуальной собственности и трансфера технологий в России является
- 30) К посредникам инновационной деятельности относятся:
- 31) Принадлежность малого инновационного предприятия, сформированного при НИИ, дает преимущества:
- 32) Сегодня маркетологи многих стран для прогнозирования потребительского поведения используют формулу прогнозирования американского психолога Джулиана Роттера: $ПП = СП + ЦП$, где ПП – потенциал потребности (вероятность реализации поведенческих действий, направленных на приближение к цели); СП – свобода передвижений (средний уровень ожиданий личности от всех предпринимаемых поведенческих действий); ЦП – ценность потребности (относительное предпочтение каких-либо подкрепляющих стимулов. Приближение потребителя к поставленной цели, то есть к приобретению товара или склонность к потреблению будет определяться ценностью самого товара и средним уровнем ожидания потребителя от товара. Рассчитайте среднюю склонность к потреблению в сегменте малообеспеченных потребителей, если среднемесячный доход одного потребителя в составляет 15 тыс. руб., объем потребления в стоимостном выражении – 12 тыс. руб., а сумма выплаченных налогов составляет 1 тыс. руб.
- 33) Сеть субъектов и институтов страны, деятельность которых направлена на осуществление и поддержку инновационной деятельности национальных субъектов инновационной деятельности представляет:
- 34) Инновационная – совокупность всех подсистем, обеспечивающих доступ к различным ресурсам оказывающих те или иные услуги участникам инновационной деятельности.
- 35) Компонентами национальной инновационной системы являются: (укажите 3 ответа)





- 36) Представление о поведении покупателя с помощью схемы, включающей маркетинговые компоненты, факторы социальной среды, ситуационные, индивидуальные, базовые факторы и отношения, называется (выберите один ответ):
- 37) Расположите в правильной последовательности этапы модели покупательского поведения:
- 38) Высокая степень вовлеченности потребителя в процесс покупки и незначительная разница между марками и характерна для (выберите один ответ)
- 39) Согласно классификации типов потребителей инновационных продуктов по Дж. Муру можно выделить 5 типов потребителей высокотехнологичных продуктов:
- 40) Группа американских бизнесменов вышла на рынок Тайваня с зелеными бейсбольными кепками в качестве сувениров. Какую ошибку допустили бизнесмены?
- 41) Установите правильное соответствие между видами покупки и их характеристикой:
- 42) Покупателей и поставщиков на рынке инноваций можно разделить на определенные группы, в зависимости от их участия в инновационном ...
- 43) Можно выделить два уровня инновационного потенциала:
- 44) Сравнительный анализ различных бизнес-процессов компании с аналогичными процессами конкурентов.
- 45) Установите в правильной последовательности оценку и анализ интеграции процесса бенчмаркинга на предприятии:
- 46) Совокупность ресурсов, необходимых для осуществления инновационной деятельности относят к инновационному ...
- 47) Факторы, влияющие на развитие инновационного потенциала: (укажите 4 ответ)
- 48) Маркетинговые исследования — это систематическое и ... выявление, сбор, анализ, распространение и использование информации для оценки маркетинговых возможностей). (определение Американской ассоциации маркетинг
- 49) Установите правильное соответствие между определениями и их значениями:





- 50) Совокупность персонала, оборудования, процедур и методов, определенных для сбора, классификации, анализа, оценки и распространения информации для принятия маркетинговых решений, называется ... информационной системой
- 51) Укажите в правильной последовательности реализацию стратегии инноваций по модели PUSH
- 52) Укажите в правильной последовательности реализацию стратегии инноваций по модели PULL
- 53) По японской системной модели инноваций совершается
- 54) По американской системной модели инноваций совершается
- 55) Модель закрытых инноваций подразумевает
- 56) Модель открытых инноваций подразумевает
- 57) Соотнесите инновационные стратегии и характеристику стратегий:
- 58) Затраты на инновации включают:
- 59) ... - это процесс продажи или иной формы отчуждения технологии или ноу-хау (лицензирование, продажа патентов, передача пра.
- 60) Особенность наукоемких инновационных производств заключается в том, что акцент в их деятельности и управлении делается на:
- 61) Процесс, в результате которого инновационный проект или научная идея генерирует доход, принося правообладателю прибыль и отдачу от инвестиций в НИОКР, называется...
- 62) Соотнесите термины трансфера технологий и характеристики терминов
- 63) Выделите подходы к трансферу технологий (укажите 3 ответа)
- 64) Стратегия, когда для предприятия характерно стремление повысить наукоемкость продукции выше среднего уровня по отрасли и применение в условиях острой конкурентной борьбы, когда имеет значение время выхода нового продукта на рынок, называется:





- 65) Стратегия, когда фирма приобретает приобретение технологической лицензии на готовый продукт либо процесс, при этом преследуется цель их форсированного опытного освоения и проведения с его учетом собственных разработок, называется:
- 66) Стратегия, когда НИОКР жестко привязаны к циклам жизни выпускаемых продуктов и применяемых предприятием процессов, что позволяет постоянно накапливать результаты НИОКР, которые могут быть использованы для замещения выбывающих продуктов и процессов, называется:
- 67) При оценке эффективности инновационной деятельности учитываются следующие группы маркетинговых затрат (укажите 4 варианта ответа):
- 68) Компания Apple предложила в свое время новую бизнес-модель в области продажи песен: в отличие от компакт-дисков, вынуждающих потребителя приобретать набор часто не нужных ему музыкальных произведений, iTunes (подразделение Apple) продает песни поштучно. В чем заключается инновационность и конкурентоспособность продуктов компании?
- 69) Риски необеспечения инновационного проекта достаточным уровнем финансирования включают следующие риски: (укажите 2 ответа)
- 70) Инновационный ... может быть определен как вероятность потерь, возникающих при вложении средств в создание и продвижение нового продукта (товаров, услуг, технологий, проекто и (или) в освоение нового рынка
- 71) Маркетинговые риски сбыта разработанного инновационного проекта включают следующие (укажите 3 варианта ответа)
- 72) Риск опротестования..., защищающих принципиальные технические, дизайнерские и маркетинговые решения, – это вероятность потерь в случае объявления недействительными патентных прав, на основе которых предприятие уже осуществляет инновационный проект и рассчитывает на получение монопольной прибыли.
- 73) Соотнесите виды инновационного аудита и их характеристику:
- 74) К целям аудита инновационной деятельности можно отнести (укажите 3 варианта ответа)
- 75) Укажите этапы проведения аудита инновационной деятельности представлен в виде правильного последовательного алгоритма:





76

Компания Фрей, производящая довольно широкий ассортимент медицинских инструментов. Сегодня в стадии разработки находится новая модель цифрового термометра для широкого потребителя. Рынок бытовых термометров в Великобритании отличается традиционным консерватизмом. Недавнее исследование показывает, что только 35% семей имеют термометры, причем 75% из них — это обычные стеклянные ртутные термометры. Эти изделия Фрей выпускала десятилетиями. Исследования, проведенные компанией, подтвердили эти данные, но дополнили их весьма важными сведениями: оказалось, что 90% домашних хозяйств, пользующихся обычными термометрами, считают его небезопасным для маленьких детей. Новый градусник сделан из прочного небьющегося полимерного материала, снабжен легко читаемым цифровым дисплеем, встроенным таймером со звуковым сигналом, который помогает пользователю скорректировать время измерения температуры и узнать, когда можно считывать показания шкалы. Следующая задача, стоящая перед фирмой, — рыночные испытания товара, для чего выбраны Лондон и юго-восточный регион Великобритании, но разработка плана маркетинга еще не закончена. Подберите критерии сегментации. Посоветуйте фирме, как позиционировать товар.

