

1. Инновационный спрос - это интерес к ...
2. Регионы России, в которых наиболее высока инновационная активность, – это ...
3. Характеристика потребителей-новаторов – это ...
4. ... – это этап восприятия новинки, на котором личное влияние оказывает наиболее значимое воздействие на потребителя
5. ... – это совокупность лиц, участвующих в процессе принятия решения о закупках
6. Инновационный спрос с позиции инновационного маркетинга можно охарактеризовать как ...
7. Потребители, первыми пробуящие новые продукты, – это «...»
8. Самая консервативная группа потребителей по отношению к инновациям – это «...»
9. Накопленный объем сбыта в модели диффузии относится к такой группе потребителей, как «...»
10. Установите соответствие между этапом процесса принятия решения о покупке инновационного продукта и описанием данного этапа:
11. Установите соответствие между характеристикой новинки и ее определением:
12. Укажите правильную последовательность этапов восприятия и адаптации потребителя к новому товару:
13. Компания «ТехноСтарт» разработала инновационный фитнес-браслет с функцией анализа состава тела. Исследования показали, что потенциальный рынок составляет 100 000 человек. Маркетинговый отдел, основываясь на предварительных данных, предполагает, что доля «инноваторов» (а) в социальной системе составит 0,01, а коэффициент имитации (b) - 0,0005. После первого месяца продаж объем сбыта составил 120 браслетов. Оцените соответствие фактических продаж прогнозу на основе модели диффузии Басса и предложите конкретные маркетинговые действия для повышения продаж браслета. Укажите, на какую группу потребителей следует сделать акцент и почему.
14. Форма инновационной деятельности, напрямую связанная с коммерциализацией новых знаний, – это ...
15. К основным барьерам развития инновационного рынка относится ...
16. Формированию позитивного инновационного климата способствует ...
17. Защитить интеллектуальную собственность инноваторов позволяет такой механизм, как ...



18. Результатом эффективного государственного регулирования инновационного рынка является ...
19. Такое свойство инновации, как ..., делает ее привлекательной для рынка
20. Совокупность условий, способствующих или препятствующих инновационной деятельности, – это инновационный ...
21. Государственная политика, направленная на стимулирование инноваций, называется ... политикой
22. ... инноваций – это процесс адаптации инноваций потребителями на рынке
23. Установите соответствие между фактором развития инновационного рынка и его проявлением:
24. Установите соответствие между участником инновационного рынка и его функцией:
25. Расположите в правильной последовательности этапы коммерциализации инновации:
26. Один из регионов России характеризуется развитой промышленностью, высоким уровнем образования, но низкой инновационной активностью. Анализ показал, что компании в данном регионе неохотно инвестируют в новые разработки, а молодые специалисты предпочитают уезжать в другие регионы.
Какие факторы инновационного климата, скорее всего, являются слабыми сторонами региона? Какие меры необходимо предпринять для улучшения инновационного климата в регионе? Какую роль может сыграть местное правительство в формировании благоприятного инновационного климата?
27. Организация, ориентированная на создание и распространение новых знаний, – ...
28. Функция бизнес-инкубатора в инновационной экосистеме – ...
29. ... – это организация, которая занимается коммерциализацией инноваций, внедряя их в производство
30. Модель B2B предполагает, что компания продает товары или услуги ...
31. ... является подразделением научной организации и занимается коммерциализацией результатов научных исследований и разработок
32. ... – это форма взаимодействия, которая позволяет инновационной компании использовать ресурсы и компетенции другой организации
33. Процесс передачи знаний и опыта от одной организации к другой – это ... знаний
34. Использование внутренних ресурсов компании для разработки и внедрения инноваций, называется ...

35. ... – это научно-производственный комплекс, объединяющий науку, образование и производство, созданный для разработки и внедрения новых технологий и инновационной продукции
36. Установите соответствие между типом инновационной организации и ее функцией:
37. Установите соответствие между моделями взаимодействия и участниками рынка:
38. Установите правильную последовательность действий при создании кластера:
39. Компания «ТехноСтарт» разработала уникальный биосенсор для экспресс-диагностики заболеваний. Продукт находится на стадии прототипа; требуются инвестиции для завершения разработки, проведения клинических испытаний и организации производства. Основатели компании рассматривают различные варианты привлечения ресурсов и организации дальнейшей деятельности. Какой тип инновационной организации наиболее подходит для «ТехноСтарт» на данном этапе? Какие основные функции должна выполнять эта организация для успешной коммерциализации биосенсора? Какие риски могут возникнуть при выборе данного типа организации?
40. Инновационный потенциал представляет собой ...
41. Основной целью маркетинговых исследований на инновационном рынке является ...
42. Бенчмаркинг – это ...
43. Кабинетные исследования позволяет получить ...
44. «Знаю, что» (know what) в контексте системы знаний – это категория знаний, которая включает ...
45. ... помогает определить сильные и слабые стороны инновации
46. ... – это совокупность данных, которые уже интерпретированы и которым удалось придать некий смысл
47. Показатель, характеризующий степень использования научных знаний и результатов исследований и разработок в производственной деятельности, - это ...
48. Установите соответствие между типом информационной потребности и их характеристиками:
49. Установите соответствие между этапами бенчмаркинга и действиями на этих этапах:
50. Укажите правильную последовательность этапов проведения бенчмаркинга:
51. Компания «Альфа» разработала новый продукт - умный термостат, управляемый через мобильное приложение и интегрированный с системами умного дома. Перед началом массового производства руководство «Альфы» хочет оценить рыночный потенциал продукта и готовность потребителей к его использованию.

Какие маркетинговые исследования необходимо провести компании «Альфа» для оценки инновационного потенциала термостата и какие ключевые факторы следует учитывать при анализе полученных данных?

52. ... маркетинг – это применение традиционных маркетинговых инструментов и приемов для успешного вывода и продвижения инновационных продуктов на рынок

53. Основная задача внутренней стратегии (портфельной) в инновационной деятельности – ...

54. ... – это тип стратегии, определяющий подходы, с которых организация должна действовать в своей отрасли, основываясь на оценке конкурентных преимуществ

55. Стратегическое планирование инновационной деятельности, основанное на управлении жизненным циклом товара, предполагает ...

56. Санационный маркетинг наиболее применим в ситуации, когда ...

57. При распределении ресурсов в рамках инновационной деятельности необходимо учитывать ...

58. ... товара – это стратегия, применяемая, когда организация начинает производить дополнительные товары и планирует предложить их на новые рынки сбыта

59. ... организация работ позволяет сократить продолжительность инновационного процесса, поскольку допускает проведение нескольких этапов работ одновременно

60. Реорганизация инновационного процесса, связанного с перераспределением ресурсов, изменением организационной структуры и стиля управления, – это ... маркетинг

61. Установите соответствие между типом маркетинга и ситуацией, в которой он применяется:

62. Установите соответствие между типом стратегии и ее основной целью:

63. Расположите в правильной последовательности этапы стратегического планирования инновационной деятельности:

64. Компания «ТекстильПлюс» - крупный производитель текстильной продукции. В последние годы компания столкнулась со стагнацией продаж, несмотря на стабильно высокое качество продукции. Исследования рынка показали, что потребители все больше интересуются экологически чистыми и инновационными материалами. Компания обладает значительными производственными мощностями и экспертизой в текстильной промышленности, но не имеет опыта разработки принципиально новых материалов. Руководство рассматривает два варианта:

1 вариант. Постепенное внедрение экологически чистых красителей и переработанного сырья в существующие линейки продукции, с акцентом на улучшение характеристик и экологичности традиционных тканей.

2 вариант. Инвестирование в разработку принципиально нового материала на основе биотехнологий, требующего значительных затрат на исследования и разработку, а также переоборудование части производственных линий.

Какая маркетинговая стратегия, основанная на методах инноваций, наиболее целесообразна для компании «ТекстильПлюс» в данной ситуации, учитывая ее сильные и слабые стороны?

65. ... вид трансфера технологий осуществляется внутри альянсов или союзов организаций

66. ... предполагает право владельца ноу-хау на защиту информации

67. ... – это форма трансфера технологий, которая считается высокоэффективной формой научно-технического обмена

68. Когда новый продукт создан в порядке диверсификации или изменения специализации предприятия, а рынки уже заняты конкурентами, используется такой способ организации сбыта, как ...

69. ... – это метод расчета ожидаемых затрат в инновационной сфере, основанный на использовании норм и нормативов длительности стадий и трудоемкости работ

70. ... подход к формированию цены на инновации основан на величине затрат на проведенные научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР) и получение патентных прав

71. ... – это схема сбыта под зарекомендовавшим себя товарным знаком, с получением от франчайзера освоенных сбытовых и закупочных линий, клиентуры и технологий

72. Установите соответствие между формой трансфера технологий и ее описанием:

73. Установите соответствие между формой трансфера технологий и ее описанием:

74. Расположите в правильной последовательности этапы коммерциализации разработок:

75. Российская стартап-компания «Инноватика» разработала новую технологию производства экологически чистых биоразлагаемых упаковочных материалов. У компании есть патент на эту технологию, но нет ресурсов для организации масштабного производства и сбыта. Компания рассматривает различные варианты коммерциализации своей технологии.

1. Какие формы трансфера технологий наиболее целесообразно рассмотреть компании «Инноватика»?

2. Каковы основные преимущества и недостатки каждого из выбранных вариантов?

3. Какие риски могут возникнуть при реализации этих форм трансфера технологий?

76. Целью маркетингового аудита инновационной деятельности является ...

77. К задачам технологического аудита относится ...

78. ... относится к количественным методам оценки рисков

79. Риск ... связан с тем, что инвестиции в прорывные технологии могут не принести ожидаемый результат

80. Основной критерий обоснования экономической эффективности инновационной деятельности предприятия – это

...

81. ... тип оценки эффективности инновационного проекта связан с соответствием поставленным целям

82. Проверка технологических методов, приемов и процедур, используемых в организации, с целью оценки их производительности и эффективности – это технологический ...

83. Метод, позволяющий определить, как изменения отдельных факторов влияют на конечный результат проекта, – это метод ...

84. Удельные затраты на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР) в объеме продаж относятся к группе ... показателей

85. Соотнесите этапы технологического аудита с их содержанием:

86. Установите соответствие между видами рисков и их характеристиками:

87. Установите правильную последовательность этапов проведения маркетингового аудита инновационной компании:

88. Оборонно-промышленный комплекс ОПК «Заря», ранее специализировался на разработке систем навигации для военной техники. Теперь это предприятие приняло решение о диверсификации и выходе на гражданский рынок. Им была разработана система мониторинга и управления транспортом для сельского хозяйства на основе существующих наработок. Для оценки перспектив выхода на новый рынок был инициирован маркетинговый аудит.

Опишите, что должен включать в себя маркетинговый аудит для оценки перспектив внедрения инновационного проекта.

1. Какие шаги необходимо предпринять в ходе маркетингового аудита, чтобы оценить перспективы внедрения инновационного проекта?
2. Нужно ли провести SWOT-анализ бизнес-модели предприятия?
3. Необходимо ли оценить структуру системы маркетинга, охват маркетинговых функций, распределение ресурсов?
4. При оценке маркетинговых планов нужно ли оценивать что-либо еще помимо их достижимости?

89. Компания «ЭкоПром» разработала экологически чистый материал для упаковки, который полностью разлагается в естественных условиях. Однако потребители привыкли к традиционной пластиковой упаковке и не готовы платить

больше за экологичность. Как убедить потребителей использовать экологически чистый материал для упаковки, сформировать у них осознание ценности экологически чистых продуктов?

90. Небольшая компания разработала новое мобильное приложение для изучения иностранных языков, которое использует геймификацию и искусственный интеллект для персонализированного обучения. Однако на рынке уже существует множество подобных приложений, и компании сложно привлечь внимание пользователей. Какую маркетинговую стратегию следует выбрать для продвижения нового приложения, чтобы выделиться на фоне конкурентов? (Укажите 2 варианта ответа).

91. Компания «Солнечные технологии» разработала инновационные солнечные панели, обладающие коэффициентом полезного действия (КПД) на 20 % выше, чем у аналогов, и при этом – немного более высокую себестоимость. Данная разработка подтверждена патентом. Согласно исследованию рынка, есть два потенциальных сегмента, где могут быть востребованы данные солнечные панели, – частные домовладения и промышленные предприятия. Компания ограничена в маркетинговом бюджете. Какой сегмент рынка наиболее целесообразно выбрать для первичного проникновения, учитывая ограниченность ресурсов и специфику инновационного рынка? Какую стратегию ценообразования следует применить – стратегию «снятия сливок» или стратегию проникновения на рынок? Какие каналы продвижения и коммуникации будут наиболее эффективными для привлечения первых клиентов и формирования положительного имиджа инновационного продукта?

92. Компания «БиоФарм» разработала инновационный препарат для лечения редкого заболевания. Препарат прошел клинические испытания и показал высокую эффективность, но требует значительных инвестиций для организации промышленного производства и вывода на рынок. Государственная программа поддержки инновационных предприятий предлагает различные виды помощи. Какой вид государственной поддержки будет наиболее эффективным для компании «БиоФарм» на этапе запуска промышленного производства: гранты, налоговые льготы, государственные гарантии по кредитам или создание государственного заказа? Какие условия необходимо выполнить компании «БиоФарм» для получения государственной поддержки? Как компания «БиоФарм» может использовать государственную поддержку для повышения своей конкурентоспособности на инновационном рынке?

93. Компания «ЭкоДом» вывела на рынок умный термостат, позволяющий значительно экономить энергию. Анализ рынка показал, что потенциальный рынок составляет 50 000 домохозяйств. Компания столкнулась с проблемой медленного распространения продукта, несмотря на положительные отзывы первых покупателей. Они определили, что коэффициент инновации $a = 0,005$, коэффициент имитации $b = 0,0001$ и объем продаж S_t за рассматриваемый период t равен 100 ед.

Используя модель Басса, оцените объем продаж умного термостата в следующем периоде ($St+1$) и проанализируйте, какая группа покупателей (инноваторы или последователи) оказывает большее влияние на текущие продажи.

94. Компания «АгроИнновации» разработала систему автоматического полива для фермерских хозяйств. После первичного запуска, компания отметила следующие параметры своей модели диффузии: M (общее число фермеров) = 5000 чел.; коэффициент инновации $a = 0,001$; коэффициент имитации $b = 0,00001$. На текущий момент систему внедрили 50 фермеров.

1. Определите, какой вклад в распространение системы автоматического полива вносят инноваторы и имитаторы на текущем этапе.
2. Проанализируйте, как изменится соотношение влияния этих групп на продажи системы через два периода - $(t + 1)$ и $(t + 2)$. Рассчитайте значения $St+1$ и $St+2$.
3. Предложите рекомендации для компании «АгроИнновации» по корректировке маркетинговой стратегии с учетом полученных результатов.

95. Университет разработал новую технологию 3D-печати медицинских имплантатов. Для внедрения технологии в производство университет планирует создать совместное предприятие с медицинской компанией «МедТех».

Какую роль играет трансфер знаний в данном проекте?

Какие механизмы трансфера знаний необходимо использовать?

Какие риски могут возникнуть при трансфере знаний?

96. В регионе создан кластер предприятий, специализирующихся на разработке и производстве беспилотных летательных аппаратов (БПЛА). Кластер объединяет научно-исследовательские институты, производственные компании, сервисные организации и образовательные учреждения. Какие факторы определяют эффективность деятельности кластера? Какие преимущества получают участники кластера? Какие риски могут возникнуть при участии в кластере?

97. Компания «ЭкоСтрой» выводит на рынок новый тип экологически чистых строительных материалов. Рынок является новым и слабо изученным, потребители не имеют четкого представления о преимуществах и недостатках данного продукта.

Какие методы маркетинговых исследований наиболее целесообразно использовать компании «ЭкоСтрой» для изучения инновационного рынка и выявления потребностей и предпочтений потребителей?

98. Компания «СмартМобил», производящая электромобили, стремится улучшить свои показатели эффективности и повысить конкурентоспособность на рынке. Руководство компании решило провести бенчмаркинг, чтобы изучить опыт лучших компаний в отрасли. Какие шаги необходимо предпринять компании «СмартМобил» для проведения эффективного бенчмаркинга и внедрения лучших практик в свою деятельность?

99. Компания «ЭкоПак» разработала новый тип биоразлагаемой упаковки для продуктов питания, изготовленной из переработанных отходов сельского хозяйства. Компания планирует вывести эту упаковку на рынок. Однако у компании остаются вопросы о том, какие экологические преимущества наиболее важны для потребителей, готовы ли потребители платить больше за экологически чистую упаковку и какие каналы сбыта будут наиболее эффективными. Какие действия в рамках экспедиционного маркетинга помогут компании «ЭкоПак» успешно вывести свою инновационную упаковку на рынок?

100. Компания «Форвард» разработала три инновационных проекта.

Проект А. Новая платформа для онлайн-образования с использованием VR-технологий. Потенциально высокий спрос, но проект требует значительных инвестиций в разработку контента и инфраструктуры.

Проект В. Усовершенствованная система энергосбережения для промышленных предприятий. Относительно небольшой рынок, но высокая вероятность успеха и быстрой окупаемости. Проект соответствует приоритетам государственной политики в области энергоэффективности.

Проект С. Разработка нового типа бытовой техники с использованием искусственного интеллекта. Большой рынок, но высокая конкуренция и неясные перспективы по патентоспособности. Основываясь на принципе селективного управления, сделайте вывод о том, какой проект компании «Форвард» следует поддержать в первую очередь и почему?

101. Группа исследователей из российского университета разработала новую технологию производства экологически чистых удобрений на основе переработки органических отходов. Технология позволяет значительно снизить стоимость производства удобрений и уменьшить негативное воздействие на окружающую среду. Университет рассматривает возможность коммерциализации этой разработки.

1. Какой способ является наиболее эффективным для начала коммерциализации этой технологии?
2. Какие основные элементы должны быть включены в технологический пакет для привлечения потенциальных инвесторов?
3. Как лучше всего защитить данную интеллектуальную собственность, учитывая, что технология основана на уникальном сочетании известных процессов?

102. Научно-исследовательский институт (НИИ) разработал новую технологию производства высокопрочного титанового сплава, превосходящего все существующие аналоги по своим характеристикам. Институт получил патент на изобретение и планирует передать технологию крупному машиностроительному заводу. Однако у НИИ ограничены ресурсы для оценки рыночной стоимости технологии и подготовки к переговорам. 1. Какой метод оценки стоимости технологии будет наиболее подходящим для НИИ в данной ситуации? 2. Какие затраты НИИ необходимо учитывать при определении минимальной приемлемой цены лицензии на технологию? 3. Какие факторы необходимо учитывать НИИ при выборе формы трансфера технологии (например, лицензионное соглашение, создание совместного предприятия)?

103. Компания «Инноватор», российский производитель бытовой техники, разработала новую модель умного холодильника с функцией автоматического заказа продуктов. Перед запуском продукта на рынок руководство компании обеспокоено потенциальными рисками.

1. Какие риски следует в первую очередь учитывать компании «Инноватор»?
2. Какие методы оценки рисков наиболее подходят для данной ситуации?
3. Какие действия помогут минимизировать наиболее значимые риски?

104. Компания «Инновационная диагностика» планирует запуск нового инновационного продукта - портативного аппарата для экспресс-диагностики сердечно-сосудистых заболеваний.

Имеются следующие данные:

- затраты на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР) - 50 млн руб.;
- затраты на подготовку производства - 30 млн руб.;
- планируемый объем продаж - 2000 ед. в год (в течение 5 лет);
- цена за единицу - 100 тыс. руб.;
- производственные затраты на 1 ед. - 40 тыс. руб.;
- ставка дисконтирования - 15 %.

Альтернативное инвестирование - в облигации с фиксированной доходностью 10 % годовых (на ту же сумму инвестиций).

Используя имеющиеся данные, определите чистый дисконтированный доход (NPV) проекта и сравните его с потенциальной прибылью от альтернативного инвестирования в облигации с фиксированной доходностью. Сделайте вывод о целесообразности реализации инновационного проекта с точки зрения экономической эффективности, учитывая ставку дисконтирования и возможность альтернативного инвестирования.

105. Главной целью инновационного маркетинга является ...

106. Тип инноваций, который предполагает создание совершенно новых рынков и продуктов, – это ... инновации

107. Подход, который при разработке инноваций предполагает фокусировку на потребностях и желаниях потребителей, – это ...

108. Инновационный продукт с точки зрения потребителя представляет собой ...

109. Концепция открытых инноваций предполагает ...

110. Ключевым фактором успеха при выводе инновационного продукта на рынок является ...

111. ... – это новый продукт или услуга, а также процесс их создания и распространения

112. Деятельность, направленная на продвижение инновационных продуктов, – это инновационный ...

113. Установите соответствие между типами инноваций и их характеристиками:

114. Установите соответствие между задачами инновационного маркетинга и действиями, которые необходимо выполнить для решения данных задач:

115. Расположите в правильной последовательности этапы инновационного процесса:

116. Компания «ТехноСтарт» разработала уникальный портативный очиститель воздуха, использующий новую технологию фильтрации. Тесты показали высокую эффективность нового очистителя, но компания столкнулась с проблемой: потребители не понимают, чем этот продукт лучше существующих аналогов. Руководство компании обратилось к вам как к эксперту по инновационному маркетингу для решения этой проблемы. Какие действия необходимо предпринять для успешного вывода продукта на рынок? Каким образом компания должна донести до потребителей ценность своего продукта? Какие каналы коммуникации будут наиболее эффективными в данном случае?

117. Ключевой элемент инновационного продукта – это ...

118. Основными результатами обмена инновационного продукта на рынке являются ...

119. ... – это задача инновационного маркетинга, которая направлена на формирование позитивного восприятия инновационного продукта у потребителей

120. Вид классификации инноваций, который основан на степени новизны для рынка, – это классификация инноваций по ...

121. Характеристика инновационного продукта, указывающая на степень его новизны, – это ...

122. Главная финансовая цель инновационного маркетинга – это максимизация ...

123. Результат взаимодействия между компанией и потребителем при продаже инновационного продукта – это ...

124. Установите соответствие между характеристиками инноваций и подходами к их оценке:

125. Установите соответствие между функциями инновационного маркетинга и конкретными видами деятельности, относящимся к их реализации:

126. Расположите элементы комплекса маркетинга инноваций в порядке их реализации, начиная с разработки инновационного продукта:

127. Расположите в правильной последовательности этапы анализа рынка инновационного продукта:

- 128.** Для инновационного продукта на начальном этапе его жизненного цикла характерен ... спрос
- 129.** Вид регулирования, который направлен на стимулирование инновационной деятельности через налоговые льготы, – это ... регулирование
- 130.** ... является негативным аспектом инновационного климата в России
- 131.** Результаты прикладных исследований, новые научно-прикладные идеи – это инновации ...
- 132.** Правовая форма защиты интеллектуальной собственности на изобретение – это ... на изобретение
- 133.** Совокупность элементов, необходимых для создания, внедрения и распространения инноваций, – это инновационные ...
- 134.** Принципиально новое качество или улучшение уже существующего продукта, которое востребовано рынком и приносит пользу пользователям, – это ... инновационного продукта
- 135.** Установите соответствие между типом инноваций и их характеристикой:
- 136.** Установите соответствие между видами государственной поддержки и их формами:
- 137.** Расположите элементы инновационной системы в хронологическом порядке реализации инноваций:
- 138.** Расположите стадии инновационного процесса в хронологической последовательности:
- 139.** Суть мультипликативного эффекта при распространении инноваций заключается в ...
- 140.** Роль «несущих отраслей» в инновационной деятельности заключается в ...
- 141.** Неблагоприятная экологическая обстановка ...
- 142.** Группа потребителей «...» играет важную роль в распространении информации о новых продуктах, включая в себя лидеров мнений
- 143.** Общественный интерес к новым, усовершенствованным товарам и услугам называется инновационным ...
- 144.** Специалисты конструкторского бюро, влияющие на выбор товаров, называются ...
- 145.** Процесс, в ходе которого человек или организация постепенно переходят от первоначального знакомства с инновацией к ее полному одобрению и использованию, называется процессом ... инновации
- 146.** Установите соответствие между группой потребителей и ее характеристикой:

147. Установите соответствие между моделью поведения покупателя и ее характеристикой:

148. Расположите группы потребителей в порядке возрастания степени восприимчивости к новшествам:

149. Расположите факторы, оказывающие влияние на темпы восприятия новинки, от наиболее важного к наименее важному:

150. Модель B2P предполагает взаимодействие ...

151. ... – это передача знаний и опыта внутри организации

152. ... – это форма взаимодействия, которая способствует снижению рисков при внедрении инноваций

153. Основной целью кластера инновационных предприятий является ...

154. Взаимодействие бизнеса с бизнесом обозначается английской аббревиатурой ...

155. Главный инструмент защиты интеллектуальной собственности, это ... – охранный документ, удостоверяющий исключительное право, авторство и приоритет изобретения, полезной модели, промышленного образца либо селекционного достижения

156. Стратегия, при которой компания передает часть своей инновационной деятельности, например, разработку новых продуктов или технологий, внешним компаниям или специалистам, – это ...

157. Установите соответствие между формой взаимодействия и ее характеристикой:

158. Установите соответствие между задачами и типами организаций, в которых эти задачи реализуются:

159. Расположите в правильном порядке этапы коммерциализации инноваций:

160. Расположите в правильной последовательности этапы процесса трансфера технологий:

161. Знания на инновационном предприятии формирует ...

162. Тип информационных потребностей, связанный с поиском новых рыночных возможностей, – это ... потребности

163. Метод маркетинговых исследований, который предполагает изучение опыта лидеров отрасли, – это ...

164. Результатом маркетингового исследования рынка инноваций является ...

165. Процесс сравнения показателей работы своей компании с лучшими практиками других компаний в отрасли – это ...

166. ... исследования предполагают использование в работе вторичных данных
167. ... – это процесс постоянного сбора информации о внешней среде компании
168. Установите соответствие между видом маркетингового исследования и его целью:
169. Установите соответствие между элементами системы знаний и их содержанием:
170. Укажите правильную последовательность действий при разработке инновационного продукта:
171. Укажите правильную последовательность преобразования данных в знания:
172. ... – это инструмент, который часто используют для оптимального распределения ресурсов и выбора портфельной стратегии
173. При формировании товарного ассортимента с учетом жизненного цикла товара особенно важно ...
174. В задачи санационного маркетинга входит ... (укажите 2 варианта ответа)
175. При адаптации к внешней среде организация в рамках инновационной стратегии должна определить ...
176. Первый этап жизненного цикла продукта – это этап ...
177. Процесс принятия инновации обществом называется ...
178. ... товара – это стратегия, представляющая собой процесс разработки ряда существенных модификаций товара, которые делают его отличным от товаров конкурентов
179. Установите соответствие между этапом жизненного цикла товара и основными маркетинговыми решениями на этом этапе:
180. Установите соответствие между элементом инновационного процесса и его характеристикой:
181. Расположите в правильной последовательности этапы инновационного проектирования:
182. Расположите этапы планирования инновационного процесса в правильной последовательности:
183. Основная цель трансфера технологий – ...
184. ... – это вид соглашений, который часто используется для сохранения секретности ноу-хау при коммерциализации

- 185.** ... – это метод сбыта нового продукта, который становится особенно необходимым для инновационных предприятий в отраслях с непрерывным технологическим циклом
- 186.** Метод расчета затрат, который целесообразно применять по небольшим объектам и работам, требующим детального расчета по каждому элементу, – это ...
- 187.** ... – это процесс выдачи специального разрешения на использование объектов промышленной собственности, в том числе запатентованных технологий
- 188.** Метод организации сбыта, при котором привлекаются брокеры и торговые агенты, – это ...
- 189.** Подход к формированию цены, при котором владелец уникального продукта или технологии, обладающий монопольным положением на рынке, устанавливает цену, которую он считает приемлемой, называется ... ценообразованием
- 190.** Установите соответствие между этапом коммерциализации и его характеристикой:
- 191.** Установите соответствие между методом сбыта и его характеристикой:
- 192.** Расположите в правильной последовательности этапы организации сбыта нового продукта с привлечением посредников:
- 193.** Расположите в правильной последовательности этапы инновационного процесса, с учетом концентрации затрат:
- 194.** При аудите инновационной деятельности в первую очередь необходимо определить ...
- 195.** Аналитическая проверка, которая важна для оценки уровня предприятия при разработке инновационной стратегии, включает ...
- 196.** Такой этап оценки рисков, как ..., включает в себя выявление всех возможных угроз и их источников
- 197.** Английская аббревиатура ... обозначает показатель инновационности, под которым понимают период времени от осознания спроса на нововведение до его выпуска на рынок
- 198.** Технологический ... позволяет провести оптимизацию технологий работы подразделений и взаимодействия между подразделениями
- 199.** Метод ... – это метод систематизированного опроса группы экспертов для достижения консенсуса в оценке рисков инновационных проектов
- 200.** Какой тип оценки эффективности инновационного проекта связан с соответствием поставленным целям?

- 201.** Соотнесите цель маркетингового аудита в сфере инновационной деятельности с объектом маркетинговой практики:
- 202.** Установите соответствие между методом оценки рисков и его типом:
- 203.** Установите правильную последовательность этапов оценки рисков инновационной деятельности:
- 204.** Расположите в правильной последовательности этапы оценки экономической эффективности инновационной деятельности: