

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Колмыкова Татьяна Сергеевна
Должность: Заведующий кафедрой
Дата подписания: 12.09.2022 21:08:50
Уникальный программный ключ:
fe4e5f10bedae8b822cb69a3b8f9b5fdb7e47e1

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:

Зав. кафедрой финансов и кредита

(наименование кафедры полностью)

Колмыкова Т.С. Колмыкова

(подпись, инициалы, фамилия)

« 8 » декабря 2021 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

для текущего контроля успеваемости
и промежуточной аттестации обучающихся
по учебной дисциплине

Стратегия развития инновационной деятельности

(наименование дисциплины)

27.04.05 Инноватика

(код и наименование ОПОП ВО)

1. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

1.1 ВОПРОСЫ ДЛЯ УСТНОГО ОПРОСА

1. Основы инновационной деятельности

1. Раскройте сущность инновационной деятельности
2. Охарактеризуйте формы (проявления) инновационной деятельности
3. Раскройте основы управления инновационной деятельностью
4. Перечислите факторы, затрудняющие осуществление инновационного процесса
5. Назовите индикаторы инновационной деятельности

2 Стратегическое планирование инноваций

6. В чем заключаются цели и задачи стратегического управления инновациями?
7. Какие этапы процесса стратегического управления инновациями вы знаете?
8. Раскройте понятие «стратегия инноваций». Какие существуют виды инновационных стратегий?
9. Дайте характеристику принципов стратегического управления инновациями.
10. Раскройте содержание инновационного проекта.

3 Инновационные стратегии поведения

11. Раскройте типы инновационного поведения предприятия
12. Раскройте стратегию в сфере массового производства
13. Раскройте стратегию дифференциации продукции и сегментирования рынка
14. Раскройте стратегию инновационных исследовательских и разрабатывающих организаций
15. Раскройте стратегию мелкого неспециализированного бизнеса

4 Стратегия и механизмы инновационного развития России

16. Охарактеризуйте инновационную политику России
17. Расскажите о формах инновационного предпринимательства
18. Расскажите о целях и задачах государственного регулирования сферы инноваций
19. Назовите нормативно-правовые и законодательные акты, направленные на регулирование инновационной деятельности, существуют в РФ
20. Раскройте формы поддержки малого инновационного бизнеса существуют в РФ
21. Назовите виды государственной поддержки инновационной деятельности применяются в российской практике
22. Назовите инновационные кластеры функционируют на территории РФ

5 Стратегический маркетинг инноваций

23. Раскройте сущность стратегического маркетинга
24. Назовите уровни стратегического маркетингового планирования
25. Раскройте систему стратегических целевых показателей маркетинга
26. Охарактеризуйте методы стратегического анализа маркетинговой среды при разработке и выведении на рынок инновационного продукта
27. Раскройте методические подходы к формированию стратегии роста инновационной организации

6 Инновационное развитие предприятий в условиях цифровой экономики

28. Раскройте особенности инновационной деятельности предприятий в условиях цифровой экономики
29. Раскройте проблемы и возможности цифровой экономики в предпринимательстве
30. Охарактеризуйте современные цифровые маркетинговые технологии для продвижения инноваций
31. Раскройте роль цифровизации в повышении конкурентоспособности и эффективности деятельности российских предприятий
32. Назовите риски цифровой экономики в развитии инновационной деятельности предприятия

7 Зарубежный опыт стратегий инновационного развития

33. Раскройте инструменты поддержки инновационных кластеров в практике зарубежных государств
34. Раскройте зарубежный опыт стимулирования инновационной активности

35. Назовите меры государственной поддержки инновационной деятельности в разных странах мира

36. Раскройте зарубежный опыт формирования инновационной системы в регионах

37. Основные направления стратегии инновационного развития по продвижению четвертой промышленной революции в зарубежных странах

Шкала оценивания: 3 балльная.

Критерии оценивания:

3 балла (или оценка «отлично») выставляется обучающемуся, если он демонстрирует глубокое знание содержания вопроса; дает точные определения основных понятий; аргументированно и логически стройно излагает учебный материал; иллюстрирует свой ответ актуальными примерами (типовыми и нестандартными), в том числе самостоятельно найденными; не нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

2 балла (или оценка «хорошо») выставляется обучающемуся, если он владеет содержанием вопроса, но допускает некоторые недочеты при ответе; допускает незначительные неточности при определении основных понятий; недостаточно аргументированно и (или) логически стройно излагает учебный материал; иллюстрирует свой ответ типовыми примерами.

1 балл (или оценка «удовлетворительно») выставляется обучающемуся, если он освоил основные положения контролируемой темы, но недостаточно четко дает определение основных понятий и дефиниций; затрудняется при ответах на дополнительные вопросы; приводит недостаточное количество примеров для иллюстрирования своего ответа; нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

0 баллов (или оценка «неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если он не владеет содержанием вопроса или допускает грубые ошибки; затрудняется дать основные определения; не может привести или приводит неправильные примеры; не отвечает на уточняющие и (или) дополнительные вопросы преподавателя или допускает при ответе на них грубые ошибки.

1.2 ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ЗАДАЧИ

Производственная задача № 1

Определите затраты на реализацию стратегии инновационного развития, если известно, что расходы, связанные с разработкой новой технологии, составили 630 тыс. руб., затраты на оплату труда научных сотрудников - 210 тыс. руб., отчисления на социальное страхование от фонда заработной платы - 30 %, затраты на эксплуатацию оборудования - 198 тыс. руб., затраты на материалы и комплектующие составили 250 тыс. руб., накладные расходы – 150 %, налоговые отчисления – 75 тыс. руб. Определите необходимый объем финансирования данного инновационного проекта при планируемом уровне рентабельности 18 %.

Производственная задача № 2

Определите общий размер затрат на реализацию стратегии инновационного развития предприятия при разработке улучшающей технологии, если известно, что затраты на исследовательском этапе равны 560,3 тыс. руб., на конструктивном – 780,4 тыс. руб., на этапе пуско-наладочных работ – 342,1 тыс. руб.

Производственная задача № 3

Определите затраты на реализацию стратегии инновационного развития предприятия, связанного с разработкой новой технологии производства, если известно, что расходы на создание промышленного образца составили 191 тыс. руб., оплата труда - 110 тыс. руб., в том числе отчисления на социальное страхование, амортизационные отчисления – 96 тыс. руб., накладные расходы - 335 тыс. руб.

Производственная задача № 4

Постоянные издержки на выпуск новой продукции, изготовленной с использованием новой технологии, составили 11 088,48 тыс. руб., переменные – 5463,4 тыс. руб. Планируемая норма прибыли - 20 %, объем производства - 15 тыс. шт. Проанализируйте способность предприятия к внедрению новой продукции.

Производственная задача № 5

Определите коэффициент имущества, предназначенного для НИР и ОКР. Стоимость оборудования опытно-экспериментального назначения - 254 344 тыс. руб., оборудование для конструкторского проектирования оценивается в 145 600 тыс. руб. Общая стоимость оборудования производственно-технического назначения - 1 683 251 тыс. руб. Определите, какую стратегию целесообразно выбрать предприятию.

Производственная задача № 6

Среднегодовая стоимость производственных фондов основного производственного назначения - 437 540 тыс. руб., общепроизводственного назначения - 753 624 тыс. руб., общехозяйственного назначения - 84 503 тыс. руб., при этом стоимость вновь введенных производственных фондов - 431 255 тыс. руб. Оцените, какую инновационную стратегию целесообразно выбрать предприятию.

Производственная задача № 7

Проанализируйте способность предприятия к внедрению новой продукции. Постоянные затраты при выпуске новой продукции и продукции, изготовленной с использованием новых технологий, составили 9,907 млн руб., переменные – 6,605 млн руб. Планируемая прибыль – 15% от себестоимости. Общая выручка от продажи всей продукции – 35,296 млн руб.

Производственная задача № 8

Оцените способность предприятия к освоению новых производств. Стоимость вновь введенных производственных фондов равна 743,241 млн руб. Среднегодовая стоимость производственных фондов основного производственного назначения – 564,560 млн руб., общепроизводственного назначения – 887,954 млн руб., общехозяйственного назначения – 124,743 млн руб. Какую стратегию целесообразно выбрать предприятию?

Производственная задача № 9

Определить общий размер затрат на реализацию стратегии инновационного развития предприятия при разработке улучшающей технологии, если известно, что затраты на исследовательском этапе равны 93 тыс. руб., на конструктивном - 171 тыс. руб., на концептуальном - 285 тыс. руб., на дистрибутивном - 219 тыс. руб.

Производственная задача № 10

Потребительская оценка продукта по атрибутам. Потребители оценили свойства / атрибуты конкурирующих марок продукта по 10-балльной шкале следующим образом:

Характеристики продукта	Марки продуктов			
	№1	№2	№3	№4
Расход топлива	8	10	7	5
Удобство в управлении	10	9	5	4
Внешнее оформление (дизайн)	9	10	6	9

Для потребителей удобство в управлении в 3 раза важнее, чем внешнее оформление и в 2 раза важнее, чем расход топлива. Определите, по отношению к какой из 4-х конкурирующих марок у потребителя наивысшая степень намерения купить, если решение потребителя основано на модели мультиатрибутивного товара. Приведите подробные расчеты. Проиллюстрируйте результаты расчетов полученных оценок конкурирующих марок продукта графически (постройте многоугольники конкурентоспособности продуктов, профили конкурирующих марок).

Производственная задача № 11

Изготовитель закусок проводит тестирование рынка для нового продукта. После трёх месяцев ожидается, что рыночная доля новой закуски составит 15 %. Известно, что группа потребителей на рынке, где проводилось тестирование, обычно потребляет на 10 % больше, чем средний потребитель. Для половины всех покупателей, которые купили новый продукт один раз, были зафиксированы повторные покупки. Каково кумулятивное проникновение нового продукта.

Производственная задача № 12

Производитель станков оценивает спрос на свой товар. Срок службы парка станков равен десяти годам. Каждый год 10 % оборудования необходимо замещать. Если спрос на потребительские товары, производимые на этих станках, снизился на 10 %, каким будет спрос на станки.

Производственная задача № 13

Компания вывела на рынок новый тип продукта. Через четыре месяца после выведения продукта на рынок 40 % всех потенциальных потребителей купили этот продукт. В этот же период процент повторных покупок составил 25 %. Руководство компании ожидает, что эти цифры останутся без изменений. Те люди, которые повторно купили продукт, являются активными потребителями. В среднем они потребляют на 40 % больше, чем средний потребитель. Какова ожидаемая доля рынка для нового типа продукта?

Производственная задача № 14

Потенциальный рынок товара длительного пользования состоит из 1 000 домашних хозяйств. В начале года производитель выпускает марку F. В конце года проникновение марки F составляет 20 %, в конце 2-го года – 26 %, а в конце 3-го года – 30 %. Все продукты, которые выходят из употребления, сразу же замещаются в этом же году. Каково изменение начального спроса для марки F в 3-м году по сравнению со 2-м годом (в процентах)?

Производственная задача № 15

Объем продажи товара достиг 100 000 р. Розничная цена составляет 50 р. Эластичность спроса по цене равна «-2». Цена снизилась на 6 %. Определите, чему будет равен после этого новый общий объем продажи в натуральных и стоимостных показателях.

Производственная задача № 16

В крупной сети магазинов «Химия и Жизнь» ежеквартальный объем продаж стирального порошка составляет 20 000 тонн. В ближайшем квартале компания намерена за счет снижения цены продать 22 400 тонн. По оценкам аналитиков эластичность спроса по цене для стирального порошка равна «-1,5». На сколько процентов необходимо снизить цену для достижения поставленной цели?

Производственная задача № 17

Предприятие собрало следующие данные: объем продаж \$2 400 000; переменные затраты 70 % от объема продаж; постоянные затраты \$420 000. Рассчитайте прибыль. В предстоящий год предприятие предполагает, что постоянные затраты возрастут на 16 %. Цель – получить такую же прибыль, как и в этом году. Рассчитайте необходимые изменения в объеме продаж.

Производственная задача № 18

Потребительская цена товара составляет \$1,50, а себестоимость – \$1,25. В ответ на увеличение затрат на \$0,10. на единицу продукции принимается решение увеличить потребительскую цену на \$0,15. Известно, что эластичность спроса по цене равна «-0,5». До увеличения цены было продано 1500 единиц продукции. Как изменится прибыль в результате роста затрат и цены?

Производственная задача № 19

После выведения на рынок нового потребительского товара длительного пользования была получена следующая информация о развитии начального спроса:

Год	Начальный спрос
1-й	4 000
2-й	10 000
3-й	12 000
4-й	16 000

Известно, что 40 % покупателей заменяют этот продукт через два года после его покупки. Другие 40 % покупателей заменяют этот продукт через три года. Оставшиеся 20 % заменяют его через четыре года. До настоящего времени еще не было дополнительных покупок. В 5-ом году общий спрос на данный продукт составил 23240. Какую величину составили начальные покупки в 5-ом году?

Производственная задача № 22

Выберите какую-либо сферу деятельности и представьте, что вы создали предприятие в данной сфере. Выберите все возможные цифровые технологии, которые могли бы сделать ваше предприятие ведущим в отрасли. Каких затрат это потребует? Какие риски несет внедрение цифровых технологий? Какова потребность в больших данных в вашем бизнесе? Нужен и возможен ли реинжиниринг бизнес-процессов в вашей отрасли.

Шкала оценивания: 3 балльная.

Критерии оценивания:

3 балла (или оценка «отлично») выставляется обучающемуся, если задача решена правильно, в установленное преподавателем время или с опережением времени, при этом обучающимся предложено оригинальное (нестандартное) решение, или наиболее эффективное решение, или наиболее рациональное решение, или оптимальное решение.

2 балла (или оценка «хорошо») выставляется обучающемуся, если задача решена правильно, в установленное преподавателем время, типовым способом; допускается наличие несущественных недочетов.

1 балл (или оценка «удовлетворительно») выставляется обучающемуся, если при решении задачи допущены ошибки не критического характера и (или) превышено установленное преподавателем время.

0 баллов (или оценка «неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если задача не решена или при ее решении допущены грубые ошибки.

1.3 ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ

Тема 1. Основы инновационной деятельности

1 Основу целенаправленной инновационной деятельности составляет:

- а) проведение экономического анализа деятельности предприятия и выявление проблем
- б) создание и развитие деятельности проектных научно-исследовательских и конструкторских групп
- в) постоянное выявление благоприятных возможностей для создания конкретных инноваций
- г) совершенствование организационной структуры управления
- д) создание различных объектов промышленной собственности

2 Инновационной деятельности препятствуют следующие факторы:

- а) децентрализация, автономия, формирование целевых проблемных групп
- б) нормальный психологический климат в трудовом коллективе
- в) недостаток средств для финансирования инновационных проектов

3 Множественность организационных форм инновационной деятельности обусловлена:

- а) высоко конкурентной внешней средой
- б) инновационной активностью организаций, ее стратегией
- в) местоположением
- г) платежеспособностью

4 Установите соответствие классификаций организационного инновационного поведения:

- | | |
|----------------|--------------------|
| 1. Виоленты | а) Первые Ласточки |
| 2. Пациенты | б) Хитрые Лисы |
| 3. Эксплеренты | в) Гордые Львы |
| 4. Коммутанты | г) Серые Мыши |

5 Для фирмы – эксплорента инновационная стратегия состоит в:

- а) компенсации своих потерь от деятельности конкурентов
- б) создании новых сегментов рынка
- в) улучшении качества продукции
- г) стимулирования нового направления моды

6 К какому типу инновационного поведения относится фирма, предлагающая, в частности, услуги по ремонту и модернизации ноут-бука:

- а) Виоленты
- б) Пациенты
- в) Коммутанты
- г) Эксплеренты

7 В зависимости от цели создания и преобладающего источника финансовых средств, бизнес-инкубаторы бывают (выберете неправильный ответ):

- а) корпоративные
- б) общественные
- в) университетские

г) религиозные

д) частные

8 Городские (сельские) поселения, градообразующими предприятиями которых являются научные, научно-производственные и другие организации, связанные с научно-техническим развитием государства – это:

а) технополис

б) технопарк

в) наукоград

г) бизнес-инкубатор

9 Инновационный центр – это ...

10 Создание венчурных фирм предполагает наличие следующих компонентов (выберете несколько):

а) идеи инновации

б) производственный потенциал

в) участок земли

г) информационная, лабораторная техника

д) рискоинвестиции

11 Установите соответствие между терминами и определениями

Понятие		Определение	
1.	Научная проблема	А	наиболее крупная научная работа, имеющая самостоятельный характер, и посвящено решению задач развития данной отрасли науки и техники. Решение того или иного научного направления возможно усилиями ряда научных организаций
2.	Научное направление	Б	часть проблемы, которая решается обычно в пределах одной научной организации и выступает основной единицей тематического плана при финансировании, планировании и учете работ
3.	Научная тема	В	часть научного направления, представляющая один из возможных путей ее решения. Выполнение научной проблемы может осуществляться в виде целевой научно-технической программы, которая является комплексом увязанных по ресурсам и исполнителям работ. Как правило, координацию этих работ проводят головные научные организации

12 Установите последовательность в структуре инновационной деятельности:

1. подготовка производства, каналов снабжения и реализации продукта;

2. выработка критериев для новых идей о продуктах и процессах;

3. генерирование идей;

4. коммерциализация инновации;

5. идентификация необходимых направлений инновационной деятельности и типов инновационных стратегий;

6. формулирование проектов и их проверка с помощью маркетингового, технологического и финансового анализа;

7. разработка новых продуктов (процессов), включая НИОКР и тестирование;

8. формулирование (пересмотр) корпоративной стратегии.

Тема 2. Стратегическое планирование инноваций

1 Разработка стратегии начинается с:

а) формулировки общей цели организации

б) конкретизации цели

в) выполнения задания

г) принятия решения

2 Стратегическое планирование основывается на:

а) анализе «кривой спроса и предложения»

б) финансовой отчетности организации

в) сведениях о конкурентах

г) анализе внешней и внутренней среды фирмы

3 Сущность имитационной стратегии:

а) следовать за обеими группами лидеров, повторяя их достижения и используя специфические преимущества страны или предприятия

б) занятие лидирующих позиций на рынке

в) держаться вплотную за лидером, заимствуя его новшества с внесением некоторых изменений

г) самосохранение с применением консервативных технологий.

4 Стратегия роста предусматривает:

а) установление показателей плана по стратегическим целям от достигнутого результата и его корректировка с учетом инфляции

б) превышение плановых показателей по стратегическим целям по сравнению с уровнем предыдущего года

в) установление уровня преследуемых целей ниже достигнутых в прошлом

5 Фаза стабилизации жизненного цикла товара предусматривает:

а) вступление системы в такой период, когда она исчерпывает свой потенциал дальнейшего роста и близка к зрелости

б) возникновение сформировавшейся системы, начинающей на равных конкурировать с ранее созданными

в) снижение большинства значимых показателей жизнедеятельности системы.

6 Временный лаг, равный определенному среднему вероятному промежутку времени, означает:

а) промежуток времени между появлением технического решения, идеи и инвестированием денежных средств в эту идею

б) промежуток времени между двумя стадиями жизненного цикла товара

в) промежуток времени между моментом появления технического решения, идеи и моментом максимального объема использования такой идеи

7 Для выявления мировых и отечественных тенденций развития науки и техники не существует метода:

а) статистического анализа на основе эмпирических данных

б) определения характеристик публикационной активности

в) патентов-аналогов

г) показателей

8 Согласно модели выбора стратегии фирмы, завоевавшие большие доли рынка, «звезды», должны выбирать стратегию:

а) ограниченного роста

б) роста

в) отсечения лишнего

9 Существуют инновационные фирмы:

а) венчурные фирмы, фирмы-эксплеренты, пациенты, виоленты, коммутанты

б) инновационные фирмы с наличием «рискового капитала»;

в) фирмы-эксплеренты и фирмы-пациенты

10 Государственная научно-техническая программа – это ...

11 Установите соответствие между вариантами научно-технических решений и их характеристикой

Варианты научно-технических решений		Характеристика	
1.	Среднесрочное развитие существующего продукта	А	Направлены на замещение существующего продукта
2.	Раннее внедрение нового продукта	Б	Фирма сознательно воздерживается от выхода на новый рынок до тех пор, пока этого не сделает конкурент. Такая стратегия называется защитной
3.	Позднее внедрение нового продукта	В	Подразумевает удлинение полезной жизни продукта с помощью

			дополнительных НИОКР
4.	Долгосрочные проекты	Г	Фирма фокусируется на достижении научно-технического лидерства и внедрении нового продукта раньше конкурентов. Такой путь называют наступательной стратегией

12 Установите правильный порядок процесса принятия решений относительно НИОКР:

1. Необходимость продолжения уже начатых проектов.
2. Отбор новых проектов.
3. Корпоративная стратегия.
4. Стратегия НИОКР.
5. Выделение ресурсов на новые проекты.
6. Распределение ресурсов между НИОКР.

Тема 3. Инновационные стратегии поведения предприятия

1 Стратегия компании, особенность которой заключается в выборе направлений и определении масштаба предполагаемых изменений, называется:

- а) корпоративная
- б) деловая
- в) инновационная
- в) функциональная

2 Инновационный потенциал компании – это...

3 Инновационный климат компании характеризует:

- а) внешнюю среду организации для инновационных целей
- б) социальную инфраструктуру
- в) технологическую и научно-техническую сферу
- г) экономическую и финансовую сферу
- д) стратегическую зону хозяйствования

4 Какую стратегию характеризуют технологический рывок и быстрая реакция на рыночные изменения:

- а) наступательную
- б) стабилизационную

5 Вид траектории присущий быстро растущим организациям, управляемым с самого начала одаренными лидерами, с хорошо организованным персоналом, реализующим стратегию экспансии, называется:

- а) «конструкторы»
- б) «строители»
- в) «пионеры»
- г) «коммивояжеры»

6 Стратегическая значимость риска и степень контроля над фактором риска со стороны фирмы определяют:

- а) уязвимость стратегии
- б) стабильность стратегии

7 «Квадрант тонной настройки» характеризуется:

- а) низкой значимостью фактора риска для стратегического выбора и сильным контролем над инновациями со стороны фирмы
- б) сильным контролем и высокой значимостью фактора риска для стратегического выбора

8 Если траектория развития компании характеризуется как «пионеры», то наиболее вероятное конечное качество данной организации, называется:

- а) «лудильщики»
- б) «застройщики»
- в) «отшельники»
- г) «дрейфовщики»

9 Компания – «дрейфовщик» - это:

- а) компания, которая потеряла цель
- б) компания, которая оказалась заложником футуристических проектов

в) компания, которая растрчивает внутренние ресурсы
10 Эффективной стратегией для фирмы, не имеющей собственного разработанного продукта, является:

- а) стратегия создания нового рынка
- б) имитационная стратегия
- в) стратегия непрерывного совершенствования

11 Установите соответствие между видами стратегического поведения и их характеристиками

Вид стратегического поведения		Характеристика	
1.	Эксплерентный	А	характерный для крупных компаний, осуществляющих массовое производство, выходящих на массовый рынок со своей или приобретенной новой продукцией, опережающих конкурентов за счет серийности производства и эффекта масштаба
2.	Пациентный	Б	закрывающееся в приспособлении к узким сегментам широкого рынка (нишам) путем специализированного выпуска новой или модернизированной продукции с уникальными характеристиками
3.	Коммутантный	В	состоящий в приспособлении к условиям спроса местного рынка, заполнении ниш, по тем или иным причинам не занятых «виолентами» и «пациентами», освоении новых видов услуг после появления новых продуктов и новых технологий, имитации новинок и продвижении их к самым широким слоям потребителей
4.	Виолентный	Г	означающей выход на рынок с новым (радикально инновационным) продуктом и захватом части рынка

12 Установите последовательность по мере возрастающей динамичности типов виолентов:

- 1. «могучий слон»
- 2. «гордый лев»
- 3. «неповоротливый бегемот»

Тема 4. Стратегия и механизмы инновационного развития России

1 Управление инновациями в развитии страны - это:

- а) одно из направлений стратегического управления
- б) самостоятельная наука
- в) сочетание принципов управления инновациями со стратегическим управлением
- г) радикальные изменения в развитии организации или региона

2 Цель и задачи управления инновациями в стране:

- а) только разработка нового продукта (или услуги)
- б) применение новых технологий
- в) инновационное позиционирование на государственном рынке
- г) создание новых методов государственного управления
- д) реализация научного опыта и потенциала организации
- е) применение различных моделей инновационной деятельности в организациях
- ж) инновационное развитие организации

3 Специфика роли государства в процесс-инновациях:

- а) организация инновационной деятельности в организациях и регионах
- б) наращивание инновационного потенциала
- в) создание инновационной политики
- г) реализация инновационных проектов в организациях и регионах
- д) регулирование инновационных процессов
- е) создание инновационной системы

4 Сущность систем управления инновациями в стране:

- а) изменение функций стратегического управления
- б) управление на основе видения изменений

- в) применение инновационных управленческих решений в кризисных ситуациях в организации, регионе и стране
- г) гибкость рыночной инновационной деятельности в организации
- д) особенность мотивации в инновационной сфере
- е) корректировка инновационных целей и программ
- ж) удовлетворение конкретного клиента мировым качеством продукции
- з) создавать новые технологии, инновационные продукты или услуги
- и) реализация инновационных проектов при наращивании инновационного потенциала

5 Инновация – закономерность развития общества в виде:

- а) экономического инструмента
- б) возникновения циклической волны
- в) материального результата
- г) новых технологий, систем, радикальных изменений или нового знания
- д) реализация идеи, новшеств, новаций, новизны, нововведений;
- е) процессных решений

6 Значимость инновационной сферы и инфраструктуры определяется:

- а) актуальностью их наличия для осуществления инновационной деятельности
- б) созданием научных центров, технопарков, особых экономических зон и промышленных зон внедрения
- в) ролью государства в развитии и поддержке инновационной сферы;
- г) инновационной инфраструктурой как частью экономической системы
- д) государственным стимулированием инновационной инфраструктуры
- е) механизмом взаимодействия элементов инфраструктуры

7 Парадигма управления инновациями это:

- а) механизм реализации процессов обновления в организации
- б) аспекты в управлении инновациями
- в) инновационные приемы при создании нового продукта
- г) взаимодействие систем функций при реализации инновационного проекта

8 Специфику моделей инновационной деятельности определяют:

- а) новые знания – как процесс создания чего-то нового
- б) особенности построения гибких управленческих структур в организации
- в) рыночность инновационной деятельности
- г) научное обеспечение инновационного цикла
- д) инновационная активность, восприимчивость организации и ее персонала
- е) методы инвестирования в инновации

9 Государственная инновационная политика – это ...

10 Инновационная стратегия – это фактор:

- а) выживания организации в жесткой конкуренции
- б) выхода на траекторию мировых инновационных волн
- в) реализации принципов инновационного маркетинга
- г) влияния на становление инновационного развития организации
- д) новой концепции инновационного маркетинга
- е) инновационного управления развитием организации

11 Вопрос на установление соответствия

А	Цели государственной инновационной политики	1. содействие активизации инновационной деятельности, развитию рыночных отношений и предпринимательства в инновационной сфере;
Б	Методы реализации инновационной	2. совершенствование налоговой системы с целью создания выгодных условий для ведения инновационной деятельности;
		3. государственная поддержка и стимулирование инвесторов, вкладывающих средства в наукоемкое, высокотехнологичное производство;
		4. создание экономических, правовых и организационных условий для инновационной деятельности;
		5. создание условий для формирования совместных предприятий

	политики	по выпуску отечественной продукции и реализации ее на внешнем рынке; б. повышение эффективности производства и конкурентоспособности продукции отечественных товаропроизводителей на основе создания и распространения базисных и улучшающих инноваций.
--	----------	--

12 Установите последовательность этапов в механизме реализации стратегии инновационного развития:

1. Определение стратегических целей и приоритетов инновационного развития на основе долгосрочного прогноза научно-технологического и социально-экономического развития с учётом российских и мировых тенденций;
2. Контроль реализации инновационных программ и важнейших инновационных проектов;
3. Сбор и анализ информации об уровне инновационной активности;
4. Оценка результатов реализации избранных инновационных приоритетов;
5. Реализация избранных инновационных приоритетов;
6. Анализ спроса на новые информационные технологии, современные материалы, продукты, услуги и доведение результатов анализа до структур, занятых в сфере научно-технических исследований и разработок.

Тема 5. Стратегический маркетинг инноваций

1 Стратегическое направление развития, связанное с созданием компанией-производителем собственной сети розничной торговли может быть охарактеризовано как:

- а) горизонтальная интеграция
- б) вертикальная интеграция вперед
- в) вертикальная интеграция назад
- г) дифференциация

2 Рассмотрите два утверждения. Какое(ие) верно(ы)?

I. Выпуск новых видов продуктов под существующей маркой можно охарактеризовать как расширение марки.

II. Эффект каннибализации может проявляться при выпуске компанией под двумя разными марками продуктов, ориентированных на один сегмент:

- а) I и II – верно
- б) I – верно, II – неверно
- в) I – неверно, II – верно
- г) I и II – неверно

3 В жизненном цикле любого продукта можно выделить несколько стадий. Согласно теории впервые можно наблюдать замедление темпов роста прибыли и, возможно, даже ее снижение на стадии:

- а) внедрения
- б) зрелости
- в) роста
- г) спада

4 Компания производит и продвигает на рынок инновационный продукт. При этом все усилия компания направляет на установление контактов с оптовиками, имеющими налаженные каналы широкого сбыта. Стратегия распределения, избранная компанией при выводе нового продукта на рынок, может быть охарактеризована как:

- а) интенсивное распределение
- б) селективное распределение
- в) эксклюзивное распределение
- г) физическое распределение

5 Рассмотрите два утверждения. Какое(ие) верно(ы)?

I. Многомарочная стратегия дает компании возможность экономить средства на рекламу и продвижение новых продуктов.

II. При одномарочной стратегии неудача одного продукта может оказать негативное влияние на восприятие потребителями других продуктов компании.

- а) I и II – верно

б) I – верно, II – неверно

в) I – неверно, II – верно

г) I и II – неверно

6 В маркетинге применяются различные подходы к классификации товаров. Один из подходов классифицирует продукты по характеру потребительского спроса. В данную классификацию не входят товары:

а) предварительного выбора, для покупки которых потребитель тратит значительное время

б) повседневного спроса, которые покупаются часто и с минимальными усилиями

в) производственного назначения

г) товары пассивного спроса, которые не покупают, хотя и нуждаются в них

7 Компания выпустила на рынок новый стиральный порошок с биологическими добавками. Маркетологи компании каждые две недели получают от исследовательского агентства информацию об изменениях двух показателей: проникновение, повторные покупки. Наиболее часто встречающиеся тенденции изменения этих показателей во времени следующие:

а) значение каждого из показателей со временем постепенно снижается

б) значение каждого из показателей со временем постепенно повышается

в) значение показателя проникновение со временем постепенно повышается, значение показателя повторные покупки со временем постепенно снижается

г) значение показателя повторные покупки со временем постепенно повышается, значение показателя проникновение со временем постепенно снижается

8 Компания производит контейнеры для станков, деревянные коробки для инструментов и картонные коробки для лампочек. Недавно было принято решение не только поставлять на рынок упаковочную продукцию, но самим заниматься упаковкой. В терминах Ансоффа это решение может быть охарактеризовано как:

а) развитие рынка

б) диверсификация

в) развитие продукта

г) проникновение на рынок

9 Рыночное исследование покупок потребителями продукта марки А за последний месяц показало следующие результаты:

никогда не покупали его раньше – 4 %

купили его впервые – 3 %

купили его во второй раз – 7 %

купили его в третий раз – 12 %

покупали его больше трех раз – 74 %

На основе этих результатов можно сделать вывод, что данная торговая марка находится на следующей стадии жизненного цикла продукта:

а) внедрения

б) роста

в) зрелости

г) спада

10 Конкурентная маркетинговая стратегия, при которой производитель товара (услуги) ориентируется на специфический сегмент рынка путем разработки уникального товарного предложения, называется:

а) ценовое лидерство

б) фокусирование

в) дифференциация

11 Поставьте в соответствие категории потребителей процентному соотношению восприятия новинки:

Категория потребителей	А 16 %	Б 2,5 %	В 34 %	Г 34 %	Д 13,5 %
1. Инноваторы					
2. Ранние освоители					
3. Раннее большинство					
4. Позднее большинство					

5. Отстающие					
--------------	--	--	--	--	--

12 Расположите в логическом порядке стадии процесса покупки:

- а) решение о покупке;
- б) осознание проблемы;
- в) поведение после покупки;
- г) поиск информации;
- д) определение альтернатив.

Тема 6. Инновационное развитие предприятий в условиях цифровой экономики

1 Постепенное непрерывное совершенствование бизнес-процессов обеспечивается процессом:

- а) управления качеством
- б) управления человеческими ресурсами предприятия
- в) реинжиниринга бизнес-процессов
- г) реорганизацией структуры управления

2 Повышение эффективности инновационных предпринимательских структур в современных условиях хозяйствования обязательно возможно при (выберите несколько вариантов ответа):

- а) переориентации финансирования с государственных источников на частные и корпоративные
- б) выходе на внешние рынки
- в) переходе всей национальной экономики на инновационную модель развития
- г) высокой концентрации наукоемкого производства, знаний, компетенций, технологий в предпринимательских структурах

3 Корпоративная информационная система обеспечивает (несколько вариантов ответа):

- а) реализацию современной технологии бюджетирования и контроля затрат
- б) внедрение системы управленческого учета затрат в разрезе видов деятельности, отдельных проектов и центров ответственности (подразделений предприятия)
- в) оперативное получение аналитической информации для повышения качества принимаемых управленческих решений
- г) создание систем электронного документооборота и повышение производительности

4 Основными способами использования информационных технологий в реинжиниринге бизнес-процессов являются (несколько вариантов ответа):

- а) использование локальных баз данных
- б) использование коммуникационных технологий
- в) внедрение экспертных систем
- г) внедрение систем поддержки принятия решений

5 Реинжиниринг бизнес-процессов на предприятии, как правило, сопровождается (несколько вариантов ответа):

- а) внедрением новых информационных систем в систему управления big data
- б) улучшением текущих бизнес-процессов на основе имеющегося опыта развития
- в) снижением рисков в хозяйственной деятельности предприятия
- г) обновлением форм и носителей информации о бизнес-процессах

6 Сквот в цифровой экономике предприятий – это:

- а) среднеквадратичное отклонение показателей цифрового развития от динамики традиционного развития предприятия
- б) виртуальное сообщество киберсквоттеров, регистрирующих на себя популярные интернет-домены цифровых сервисов
- в) сквозная технология, используемая инновационными предприятиями
- г) распространенные системы быстрого обмена технической информацией между предприятиями

7 Установите соответствие между группами сотрудников компании, задействованных в инновационных процессах и их характеристиками

Группа сотрудников компании		Характеристика	
1.	Производственники	А	участники инновационного процесса, целью которых является либо поиск денежных средств, необходимых для реализации новшества, либо самостоятельное инвестирование в инновационный проект
2.	Фасилитаторы	Б	это связующие звенья между всеми участниками,

			осуществляющими инновации. К ним относят технологических брокеров, антрепренеров
3.	Разработчики, авторы инноваций	В	это группа людей, которая занимается непосредственно практической реализацией инновации
4.	Инноваторы	Г	это люди, которые занимаются оценкой новой идеи, ее возможности практического применения, они определяют основу и содержание инновации
5.	Инвесторы	Д	это все те учреждения и институты, которые составляют благоприятную инфраструктуру для реализации инноваций, создают инновационную экосистему

8 Установите правильный порядок первоначальных шагов для корректировки существующих в сфере инновационного бизнеса практик риск-менеджмента:

1. Сбор сведений о характере цифровых опасностей, релевантных для оценки степени риска;
 2. Определение проблем, связанных с изменениями бизнес-среды в контексте формирования цифровой экономики, включая предположения о том, как на разработке инновации могут сказаться новые риски;
 3. Определение графика времени и уровня принятия решения для процесса становления цифровой экономики в контексте риск-менеджмента в новых условиях;
 4. Идентификация критически значимых ресурсов, необходимых для решения связанных с рисками цифровизации проблем развития территорий.
9. Корпоративная инновационная система – это ...
10. Реинжиниринг бизнес-процессов компании – это ...

Тема 7. Зарубежный опыт стратегий инновационного развития

1 . Введение термина инновация связывают с именем:

- а) Гобсона;
- б) Кейнса;
- в) Шумпетера;
- г) Маркса.

2 Передает информацию для внешних контактов организацией относительно планов, политики, действий организации:

- а) приемник
- б) переговорщик
- в) представитель
- г) стимулятор

3 Фирмы, завоевавшие большие доли рынка в быстрорастущих отраслях («звезды»), выбирают стратегию:

- а) роста;
- б) стратегию ограниченного роста;
- в) стратегию отсекающего лишнего.

4 Й. Шумпетер понимал под нововведениями:

- а) новые комбинации факторов производства;
- б) изобретения;
- в) новые технологии.

5 Функции государства в инновационной сфере - это:

6 Показатель "цена собственного капитала" для внешнего инвестора является:

- а) нижним пределом рентабельности;
- б) гарантией возврата вложенных средств;
- в) единственным критерием для принятия решения о вложении средств.

7 Фирмы, которые работают на узкий сегмент рынка и удовлетворяют потребности, сформированные под действием моды, рекламы и других средств, - это

- а) пациенты;
- б) виоленты;
- в) коммунтанты.

8 Расположите этапы жизненного цикла нововведения в правильном порядке

- а) освоение в производстве;
- б) диффузия (тиражирование на других объектах);
- в) рутинизация (стабильное, без изменения, использование);
- г) возникновение потребности в новшестве и его создание (приобретение прав на использование новшества у его владельца).

9 Три эпохальных переворота, реализовавших кластеры базисных инноваций (первую промышленную революцию конца XVIII — начала XIX в.; вторую промышленную революцию последней трети XIX — начала XX в.; третью промышленную революцию, начавшуюся с середины XX в. и переросшую в научно-техническую революцию) выделил:

- а) А.И. Анчишкин
- б) Э. Тоффлер,
- в) Дж. Брайт

10 Теория смены технологических укладов, связывающая смену технологических укладов с активностью предпринимателей в производстве и внедрении базисных технологических инноваций, основана на концепциях:

- а) Ф. Никсона;
- б) М. Л. Хазина;
- в) Кондратьева Н.Д., Шумпетера И, Менша Г.

11 Соотнесите понятия с их определениями:

1.	Инновационный менеджмент	А	процесс, посредством которого нововведение передается по коммуникационным каналам между членами социальной системы во времени;
2.	Диффузия инновации	Б	представляют собой оригинальные работы, направленные на получение новых знаний, поиск путей использования результатов фундаментальных исследований; новых методов решения тех или иных проблем;
3.	Фундаментальные исследования	В	совокупность принципов, методов и форм управления инновационными процессами, инновационной деятельностью, занятыми этой деятельностью организационными структурами и их персоналом;
4.	Прикладные исследования	Г	организация (учреждение, предприятие, фирма), для которой научные исследования и разработки являются основным видом деятельности
5.	Разработки	Д	экспериментальные или теоретические исследования, направленные на получение новых знаний;
6.	Научная организация	Е	это работы, направленные на создание новых продуктов или устройств, новых материалов, внедрение новых процессов, систем и услуг или усовершенствование уже выпускаемых или введенных в действие.

12 Исторический переход человечества от сравнительных преимуществ, основанных на ресурсах с убывающей отдачей к сравнительному преимуществу с возрастающей отдачей, основанной на знаниях, потребовал от многих стран

- а) отказаться от международной торговли;
- б) изменить правила международной торговой политики;
- в) чрезвычайных политических мер и контролируемой международной торговой политики.

13 Основной целью технопарков является;

- а) создание новых или радикальных преобразований старых сегментов рынка;
- б) стимулирование малого инновационного предпринимательства;
- в) реализация любого прибыльного проекта.

Шкала оценивания: 12 балльная.

Критерии оценивания:

Каждый вопрос (задание) в тестовой форме оценивается по дихотомической шкале: выполнено – 1 балл, не выполнено – 0 баллов.

Применяется следующая шкала перевода баллов в оценку по 5-балльной шкале:

12-11 баллов соответствуют оценке «отлично»;

10-9 баллов – оценке «хорошо»;

8-6 баллов – оценке «удовлетворительно»;

5 баллов и менее – оценке «неудовлетворительно».

1.4 Темы докладов

Тема 1. Основы инновационной деятельности

1. Инновационная деятельность и ее структура.
2. Организационные формы инновационной деятельности.
3. Критерии эффективности инновационной деятельности.
4. Управление инновационными проектами.

Тема 2. Стратегическое планирование инноваций

5. Методы выбора инновационной стратегии (матрицы БКГ, McKinsey, «Томпсон и Стрикленд», ADL-LC).
6. Механизмы принятия стратегических решений в сфере инноваций.
7. Процесс планирования инновационной стратегии: сущность, проблемы, перспективы.
8. Формирование инновационной стратегии в условиях недостатка финансовых средств.
9. Формирование экспортной стратегии в условиях экономических санкций.
10. Защита инновационного предпринимательства от криминальной конкуренции.

Тема 3. Инновационные стратегии поведения предприятия

11. Особенности, специфика поведения на рынке инновационных предприятий – виолентов.
12. Особенности, специфика поведения на рынке инновационных предприятий – пациентов.
13. Особенности, специфика поведения на рынке инновационных предприятий – коммутантов.
14. Особенности, специфика поведения на рынке инновационных предприятий – эксплерентов.
15. Виды инновационных стратегий предприятия.
16. Инновационные стратегии крупных корпораций: мировой опыт.

Тема 4. Стратегия и механизмы инновационного развития России

17. Инновационный центр «Сколково»: история, реальность, перспективы развития.
18. Инновационные фонды Российской Федерации.
19. Технопарковые структуры в России: география, специфика, особенности.
20. Технополисы России: география, специфика, особенности.
21. Особые экономические зоны РФ как инструмент стимулирования инновационной деятельности.
22. Государственные программы импортзамещения и развития инновационной деятельности в России.
23. Государственное участие в процессе финансирования инноваций.

Тема 5. Стратегический маркетинг инноваций

24. Методы разработки стратегического инновационного маркетинга
25. Роль маркетинга инноваций в реализации эффективной стратегии инновационного развития
26. Стратегический маркетинг инновационных предприятий

Тема 6. Инновационное развитие предприятий в условиях цифровой экономики

27. Промышленный интернет и направления его развития.
28. Компания Amazon: факторы продвижения и успеха.
29. Механизм, масштабы и структура электронной торговли в России и мире.

Тема 7. Зарубежный опыт стратегий инновационного развития

30. Инновационные стратегии крупных корпораций: мировой опыт.
31. Зарубежный опыт стимулирования инновационной активности бизнеса.

32. Зарубежный опыт формирования стратегии инновационного развития организаций (страна по выбору студента).

33. Зарубежный опыт финансового обеспечения стратегии инновационного развития.

Шкала оценивания: 3 балльная.

Критерии оценивания:

3 балла (или оценка «отлично») выставляется обучающемуся, если тема доклада раскрыта полно и глубоко, при этом убедительно и аргументированно изложена собственная позиция автора по рассматриваемому вопросу; изучено большое количество актуальных источников, грамотно сделаны ссылки на источники; сделан обоснованный убедительный вывод; отсутствуют замечания по оформлению доклада.

2 балла (или оценка «хорошо») выставляется обучающемуся, если тема доклада раскрыта полно и глубоко, сделана попытка самостоятельного осмысления темы; изучено достаточное количество источников, имеются ссылки на источники; приведены уместные примеры; сделан обоснованный вывод; имеют место незначительные недочеты в содержании и (или) оформлении доклада.

1 балл (или оценка «удовлетворительно») выставляется обучающемуся, если тема доклада раскрыта неполно и (или) в изложении темы имеются недочеты и ошибки; количество изученных источников менее рекомендуемого, сделаны ссылки на источники; приведены общие примеры; вывод сделан, но имеет признаки неполноты и неточности; имеются замечания к содержанию и (или) оформлению доклада.

0 баллов (или оценка «неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если содержание доклада имеет явные признаки плагиата и (или) тема доклада не раскрыта и (или) в изложении темы имеются грубые ошибки; материал не структурирован, излагается непоследовательно и сбивчиво; количество изученных источников значительно менее рекомендуемого, неправильно сделаны ссылки на источники или они отсутствуют; не приведены примеры или приведены неверные примеры; отсутствует вывод или вывод расплывчат и неконкретен; оформление доклада не соответствует требованиям.

2 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

1.1 БАНК ВОПРОСОВ И ЗАДАНИЙ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ

1 Вопросы в закрытой форме.

1.1 Основу целенаправленной инновационной деятельности составляет:

- а) проведение экономического анализа деятельности предприятия и выявление проблем
- б) создание и развитие деятельности проектных научно-исследовательских и конструкторских групп
- в) постоянное выявление благоприятных возможностей для создания конкретных инноваций
- г) совершенствование организационной структуры управления
- д) создание различных объектов промышленной собственности

1.2 Инновационной деятельности препятствуют следующие факторы:

- а) децентрализация, автономия, формирование целевых проблемных групп
- б) нормальный психологический климат в трудовом коллективе
- в) недостаток средств для финансирования инновационных проектов

1.3 Множественность организационных форм инновационной деятельности обусловлена:

- а) высоко конкурентной внешней средой
- б) инновационной активностью организаций, ее стратегией
- в) местоположением
- г) платежеспособностью

1.4 Для фирмы – эксплорента инновационная стратегия состоит в:

- а) компенсации своих потерь от деятельности конкурентов
- б) создании новых сегментов рынка
- в) улучшении качества продукции
- г) стимулирования нового направления моды

1.5 К какому типу инновационного поведения относится фирма, предлагающая, в частности, услуги по ремонту и модернизации ноут-бука:

- а) Виоленты
- б) Пациенты
- в) Коммутанты
- г) Эксплеренты

1.6 В зависимости от цели создания и преобладающего источника финансовых средств, бизнес-инкубаторы бывают (выберете неправильный ответ):

- а) корпоративные
- б) общественные
- в) университетские
- г) религиозные
- д) частные

1.7 Городские (сельские) поселения, градообразующими предприятиями которых являются научные, научно-производственные и другие организации, связанные с научно-техническим развитием государства – это:

- а) технополис
- б) технопарк
- в) наукоград
- г) бизнес-инкубатор

1.8 Инновационный центр – это организационный тип:

- а) крупных предприятий
- б) средних предприятий
- в) малых предприятий
- г) форма межфирменной научно-технической кооперации

1.9 Создание венчурных фирм предполагает наличие следующих компонентов (выберете несколько):

- а) идеи инновации
- б) производственный потенциал

- в) участок земли
- г) информационная, лабораторная техника
- д) рискоинвестиции

1.10 Разработка стратегии начинается с:

- а) формулировки общей цели организации
- б) конкретизации цели
- в) выполнения задания
- г) принятия решения

1.11 Стратегическое планирование основывается на:

- а) анализе «кривой спроса и предложения»
- б) финансовой отчетности организации
- в) сведениях о конкурентах
- г) анализе внешней и внутренней среды фирмы

1.12 Сущность имитационной стратегии:

- а) следовать за обеими группами лидеров, повторяя их достижения и используя специфические преимущества страны или предприятия
- б) занятие лидирующих позиций на рынке
- в) держаться вплотную за лидером, заимствуя его новшества с внесением некоторых изменений
- г) самосохранение с применением консервативных технологий.

1.13 Стратегия роста предусматривает:

- а) установление показателей плана по стратегическим целям от достигнутого результата и его корректировка с учетом инфляции
- б) превышение плановых показателей по стратегическим целям по сравнению с уровнем предыдущего года
- в) установление уровня преследуемых целей ниже достигнутых в прошлом

1.14 Фаза стабилизации жизненного цикла товара предусматривает:

- а) вступление системы в такой период, когда она исчерпывает свой потенциал дальнейшего роста и близка к зрелости
- б) возникновение сформировавшейся системы, начинающей на равных конкурировать с ранее созданными
- в) снижение большинства значимых показателей жизнедеятельности системы.

1.15 Временный лаг, равный определенному средне вероятному промежутку времени, означает:

- а) промежуток времени между появлением технического решения, идеи и инвестированием денежных средств в эту идею
- б) промежуток времени между двумя стадиями жизненного цикла товара
- в) промежуток времени между моментом появления технического решения, идеи и моментом максимального объема использования такой идеи

1.16 Для выявления мировых и отечественных тенденций развития науки и техники не существует метода:

- а) статистического анализа на основе эмпирических данных
- б) определения характеристик публикационной активности
- в) патентов-аналогов
- г) показателей

1.17 Согласно модели выбора стратегии фирмы, завоевавшие большие доли рынка, «звезды», должны выбирать стратегию:

- а) ограниченного роста
- б) роста
- в) отсеечения лишнего

1.18 Существуют инновационные фирмы:

- а) венчурные фирмы, фирмы-эксплеренты, пациенты, виоленты, коммутанты
- б) инновационные фирмы с наличием «рискового капитала»;
- в) фирмы-эксплеренты и фирмы-пациенты

3.19 Государственная научно-техническая программа – это:

- а) комплекс взаимосвязанных по ресурсам, срокам и исполнителям мероприятий, обеспечивающих эффективное решение важнейших научно-технических проблем развития науки и техники
- б) научная организация, которая имеет уникальное опытно-экспериментальное оборудование, располагает научными работниками и специалистами высокой квалификации
- в) научно-техническая деятельность, направленная на создание новых материалов, продуктов, процессов, устройств, технологий, систем и предоставление новых услуг

1.20 Стратегия компании, особенность которой заключается в выборе направлений и определении масштаба предполагаемых изменений, называется:

- а) корпоративная
- б) деловая
- в) инновационная
- в) функциональная

1.21 Инновационный потенциал компании представляет собой:

- а) способность организации к производству новых знаний и технических решений
- б) степень готовности предприятия к реализации новшества

1.22 Инновационный климат компании характеризует:

- а) внешнюю среду организации для инновационных целей
- б) социальную инфраструктуру
- в) технологическую и научно-техническую сферу
- г) экономическую и финансовую сферу
- д) стратегическую зону хозяйствования

1.23 Какую стратегию характеризуют технологический рывок и быстрая реакция на рыночные изменения:

- а) наступательную
- б) стабилизационную

1.24 Вид траектории присущий быстро растущим организациям, управляемым с самого начала одаренными лидерами, с хорошо организованным персоналом, реализующим стратегию экспансии, называется:

- а) «конструкторы»
- б) «строители»
- в) «пионеры»
- г) «коммивояжеры»

1.25 Стратегическая значимость риска и степень контроля над фактором риска со стороны фирмы определяют:

- а) уязвимость стратегии
- б) стабильность стратегии

1.26 «Квадрант тонной настройки» характеризуется:

- а) низкой значимостью фактора риска для стратегического выбора и сильным контролем над инновациями со стороны фирмы
- б) сильным контролем и высокой значимостью фактора риска для стратегического выбора

1.27 Если траектория развития компании характеризуется как «пионеры», то наиболее вероятное конечное качество данной организации, называется:

- а) «лудильщики»
- б) «застройщики»
- в) «отшельники»
- г) «дрейфовщики»

1.28 Компания – «дрейфовщик» - это:

- а) компания, которая потеряла цель
- б) компания, которая оказалась заложником футуристических проектов
- в) растрчивает внутренние ресурсы

1.29 Эффективной стратегией для фирмы, не имеющей собственного разработанного продукта, является:

- а) стратегия создания нового рынка

б) имитационная стратегия

в) стратегия непрерывного совершенствования

1.30 Управление инновациями в развитии страны это:

а) одно из направлений стратегического управления

б) самостоятельная наука

в) сочетание принципов управления инновациями со стратегическим управлением

г) радикальные изменения в развитии организации или региона

1.31 Цель и задачи управления инновациями в стране:

а) только разработка нового продукта (или услуги)

б) применение новых технологий

в) инновационное позиционирование на государственном рынке

г) создание новых методов государственного управления

д) реализация научного опыта и потенциала организации

е) применение различных моделей инновационной деятельности в организациях

ж) инновационное развитие организации

1.32 Специфика роли государства в процесс-инновациях:

а) организация инновационной деятельности в организациях и регионах

б) наращивание инновационного потенциала

в) создание инновационной политики

г) реализация инновационных проектов в организациях и регионах

д) регулирование инновационных процессов

е) создание инновационной системы

1.33 Сущность систем управления инновациями в стране:

а) изменение функций стратегического управления

б) управление на основе видения изменений

в) применение инновационных управленческих решений в кризисных ситуациях в организации, регионе и стране

г) гибкость рыночной инновационной деятельности в организации

д) особенность мотивации в инновационной сфере

е) корректировка инновационных целей и программ

ж) удовлетворение конкретного клиента мировым качеством продукции

з) создавать новые технологии, инновационные продукты или услуги

и) реализация инновационных проектов при наращивании инновационного потенциала

1.34 Инновация – закономерность развития общества в виде:

а) экономического инструмента

б) возникновения циклической волны

в) материального результата

г) новых технологий, систем, радикальных изменений или нового знания

д) реализация идеи, новшеств, новаций, новизны, нововведений;

е) процессных решений

1.35 Значимость инновационной сферы и инфраструктуры определяется:

а) актуальностью их наличия для осуществления инновационной деятельности

б) созданием научных центров, технопарков, особых экономических зон и промышленных зон внедрения

в) ролью государства в развитии и поддержке инновационной сферы;

г) инновационной инфраструктурой как частью экономической системы

д) государственным стимулированием инновационной инфраструктуры

е) механизмом взаимодействия элементов инфраструктуры

1.36 Парадигма управления инновациями это:

а) механизм реализации процессов обновления в организации

б) аспекты в управлении инновациями

в) инновационные приемы при создании нового продукта

г) взаимодействие систем функций при реализации инновационного проекта

1.37 Специфику моделей инновационной деятельности определяют:

а) новые знания – как процесс создания чего-то нового

- б) особенности построения гибких управленческих структур в организации
- в) рыночность инновационной деятельности
- г) научное обеспечение инновационного цикла
- д) инновационная активность, восприимчивость организации и ее персонала
- е) методы инвестирования в инновации

1.38 Государственная инновационная политика это:

- а) становление новой экономики
- б) методы воздействия на экономику
- в) приоритет создания особых экономических и производственных зон в регионах
- г) выражается отношением государства к инновационной деятельности

1.39 Инновационная стратегия – это фактор:

- а) выживания организации в жесткой конкуренции
- б) выхода на траекторию мировых инновационных волн
- в) реализации принципов инновационного маркетинга
- г) влияния на становление инновационного развития организации
- д) новой концепции инновационного маркетинга
- е) инновационного управления развитием организации

1.40 Стратегическое направление развития, связанное с созданием компаний-производителем собственной сети розничной торговли может быть охарактеризовано как:

- а) горизонтальная интеграция
- б) вертикальная интеграция вперед
- в) вертикальная интеграция назад
- г) дифференциация

3.41 Рассмотрите два утверждения. Какое(ие) верно(ы)?

I. Выпуск новых видов продуктов под существующей маркой можно охарактеризовать как расширение марки.

II. Эффект каннибализации может проявляться при выпуске компанией под двумя разными марками продуктов, ориентированных на один сегмент:

- а) I и II – верно
- б) I – верно, II – неверно
- в) I – неверно, II – верно
- г) I и II – неверно

1.42 В жизненном цикле любого продукта можно выделить несколько стадий. Согласно теории впервые можно наблюдать замедление темпов роста прибыли и, возможно, даже ее снижение на стадии:

- а) внедрения
- б) зрелости
- в) роста
- г) спада

1.43 Компания производит и продвигает на рынок инновационный продукт. При этом все усилия компания направляет на установление контактов с оптовиками, имеющими налаженные каналы широкого сбыта. Стратегия распределения, избранная компанией при выводе нового продукта на рынок, может быть охарактеризована как:

- а) интенсивное распределение
- б) селективное распределение
- в) эксклюзивное распределение
- г) физическое распределение

1.44 Рассмотрите два утверждения. Какое(ие) верно(ы)?

I. Многомарочная стратегия дает компании возможность экономить средства на рекламу и продвижение новых продуктов.

II. При одномарочной стратегии неудача одного продукта может оказать негативное влияние на восприятие потребителями других продуктов компании.

- а) I и II – верно
- б) I – верно, II – неверно
- в) I – неверно, II – верно

г) I и II – неверно

1.45 В маркетинге применяются различные подходы к классификации товаров. Один из подходов классифицирует продукты по характеру потребительского спроса. В данную классификацию не входят товары:

- а) предварительного выбора, для покупки которых потребитель тратит значительное время
- б) повседневного спроса, которые покупаются часто и с минимальными усилиями
- в) производственного назначения
- г) товары пассивного спроса, которые не покупают, хотя и нуждаются в них

1.46 Компания выпустила на рынок новый стиральный порошок с биологическими добавками. Маркетологи компании каждые две недели получают от исследовательского агентства информацию об изменениях двух показателей: проникновение, повторные покупки. Наиболее часто встречающиеся тенденции изменения этих показателей во времени следующие:

- а) значение каждого из показателей со временем постепенно снижается
- б) значение каждого из показателей со временем постепенно повышается
- в) значение показателя проникновение со временем постепенно повышается, значение показателя повторные покупки со временем постепенно снижается
- г) значение показателя повторные покупки со временем постепенно повышается, значение показателя проникновение со временем постепенно снижается

1.47 Компания производит контейнеры для станков, деревянные коробки для инструментов и картонные коробки для лампочек. Недавно было принято решение не только поставлять на рынок упаковочную продукцию, но самим заниматься упаковкой. В терминах Ансоффа это решение может быть охарактеризовано как:

- а) развитие рынка
- б) диверсификация
- в) развитие продукта
- г) проникновение на рынок

1.48 Рыночное исследование покупок потребителями продукта марки А за последний месяц показало следующие результаты:

никогда не покупали его раньше – 4 %

купили его впервые – 3 %

купили его во второй раз – 7 %

купили его в третий раз – 12 %

покупали его больше трех раз – 74 %

На основе этих результатов можно сделать вывод, что данная торговая марка находится на следующей стадии жизненного цикла продукта:

- а) внедрения
- б) роста
- в) зрелости
- г) спада

1.49 Конкурентная маркетинговая стратегия, при которой производитель товара (услуги) ориентируется на специфический сегмент рынка путем разработки уникального товарного предложения, называется:

- а) ценовое лидерство
- б) фокусирование
- в) дифференциация

1.50 Постепенное непрерывное совершенствование бизнес-процессов обеспечивается процессом:

- а) управления качеством
- б) управления человеческими ресурсами предприятия
- в) реинжиниринга бизнес-процессов
- г) реорганизацией структуры управления

1.51 Повышение эффективности инновационных предпринимательских структур в современных условиях хозяйствования обязательно возможно при (выберите несколько вариантов ответа):

- а) переориентации финансирования с государственных источников на частные и корпоративные
- б) выходе на внешние рынки
- в) переходе всей национальной экономики на инновационную модель развития

г) высокой концентрации наукоемкого производства, знаний, компетенций, технологий в предпринимательских структурах

1.52 Корпоративная информационная система обеспечивает (несколько вариантов ответа):

- а) реализацию современной технологии бюджетирования и контроля затрат
- б) внедрение системы управленческого учета затрат в разрезе видов деятельности, отдельных проектов и центров ответственности (подразделений предприятия)
- в) оперативное получение аналитической информации для повышения качества принимаемых управленческих решений

г) создание систем электронного документооборота и повышение производительности

1.53 Основными способами использования информационных технологий в реинжиниринге бизнес-процессов являются (несколько вариантов ответа):

- а) использование локальных баз данных
- б) использование коммуникационных технологий
- в) внедрение экспертных систем
- г) внедрение систем поддержки принятия решений

1.54 Реинжиниринг бизнес-процессов на предприятии, как правило, сопровождается (несколько вариантов ответа):

- а) внедрением новых информационных систем в систему управления big data
- б) улучшением текущих бизнес-процессов на основе имеющегося опыта развития
- в) снижением рисков в хозяйственной деятельности предприятия
- г) обновлением форм и носителей информации о бизнес-процессах

1.55 Термин «сквот», встречающееся в российских материалах и публикациях по цифровой экономике предприятий, означает:

- а) среднеквадратичное отклонение показателей цифрового развития от динамики традиционного развития предприятия
- б) виртуальное сообщество киберсквоттеров, регистрирующих на себя популярные интернет-домены цифровых сервисов
- в) сквозная технология, используемая инновационными предприятиями
- г) распространенные системы быстрого обмена технической информацией между предприятиями

1.56 Введение термина инновация связывают с именем:

- а) Гобсона;
- б) Кейнса;
- в) Шумпетера;
- г) Маркса.

1.57 Передает информацию для внешних контактов организацией относительно планов, политики, действий организации

- а) приемник
- б) переговорщик
- в) представитель
- г) стимулятор

1.58 Фирмы, завоевавшие большие доли рынка в быстрорастущих отраслях («звезды»), выбирают стратегию:

- а) роста;
- б) стратегию ограниченного роста;
- в) стратегию отсекающего лишнего.

1.59 Й. Шумпетер понимал под нововведениями:

- а) новые комбинации факторов производства;
- б) изобретения;
- в) новые технологии.

1.60 Функции государства в инновационной сфере это:

- а) аккумуляция средств;
- б) стимулирование инноваций;
- в) координация инновационной деятельности;
- г) правовое обеспечение;
- д) кадровое обеспечение.

1.61 Чем для внешнего инвестора является показатель "цена собственного капитала"?

- а) нижним пределом рентабельности;
- б) гарантией возврата вложенных средств;
- в) единственным критерием для принятия решения о вложении средств.

1.62 Фирмы, которые работают на узкий сегмент рынка и удовлетворяют потребности, сформированные под действием моды, рекламы и других средств, - это

- а) пациенты;
- б) виоленты;
- в) коммунтанты.

1.63 Три эпохальных переворота, реализовавших кластеры базисных инноваций (первую промышленную революцию конца XVIII — начала XIX в.; вторую промышленную революцию последней трети XIX — начала XX в.; третью промышленную революцию, начавшуюся с середины XX в. и переросшую в научно-техническую революцию) выделил:

- а) А.И. Анчишкин
- б) Э. Тоффлер,
- в) Дж. Брайт

1.64 Теория смены технологических укладов, связывающая смену технологических укладов с активностью предпринимателей в производстве и внедрении базисных технологических инноваций, основана на концепциях:

- а) Ф. Никсона;
- б) М. Л. Хазина;
- в) Кондратьева Н.Д., Шумпетера И, Менша Г.

1.65 Исторический переход человечества от сравнительных преимуществ, основанных на ресурсах с убывающей отдачей к сравнительному преимуществу с возрастающей отдачей, основанной на знаниях, потребовал от многих стран

- а) отказаться от международной торговли;
- б) изменить правила международной торговой политики;
- в) чрезвычайных политических мер и контролируемой международной торговой политики.

1.66 Основной целью технопарков является;

- а) создание новых или радикальных преобразований старых сегментов рынка;
- б) стимулирование малого инновационного предпринимательства;
- в) реализация любого прибыльного проекта.

2. Вопросы в открытой форме

- 2.1 Инновационный центр – это ...
- 2.2 Государственная научно-техническая программа – это ...
- 2.3 Инновационная стратегия компании – это ...
- 2.4 Инновационный потенциал компании – это...
- 2.5 Компания – «дрейфовщик» - это ...
- 2.6 Государственная инновационная политика – это ...
- 2.7 Сквот в цифровой экономике предприятий – это ...
- 2.8 Реинжиниринг бизнес-процессов компании – это ...
- 2.9 Инновация – это ...
- 2.10 Функции государства в инновационной сфере – это...
- 2.11 Пациенты – это ...
- 2.12 Виоленты – это ...
- 2.13 Коммунтанты – это ...
- 2.14 Технопарк – это ...
- 2.15 Государственная инновационная стратегия - это ...

3. Вопросы на установление последовательности.

- 3.1 Установите последовательность в структуре инновационной деятельности:
 - 1. подготовка производства, каналов снабжения и реализации продукта;
 - 2. выработка критериев для новых идей о продуктах и процессах;
 - 3. генерирование идей;

4. коммерциализация инновации;
5. идентификация необходимых направлений инновационной деятельности и типов инновационных стратегий;
6. формулирование проектов и их проверка с помощью маркетингового, технологического и финансового анализа;
7. разработка новых продуктов (процессов), включая НИОКР и тестирование;
8. формулирование (пересмотр) корпоративной стратегии.

3.2 Установите правильный порядок процесса принятия решений относительно НИОКР:

1. Необходимость продолжения уже начатых проектов.
2. Отбор новых проектов.
3. Корпоративная стратегия.
4. Стратегия НИОКР.
5. Выделение ресурсов на новые проекты.
6. Распределение ресурсов между НИОКР.

3.3 Установите последовательность по мере возрастающей динамичности типов виолентов:

1. «могучий слон»
2. «гордый лев»
3. «неповоротливый бегемот»

3.4 Установите последовательность этапов в механизме реализации стратегии инновационного развития:

1. Определение стратегических целей и приоритетов инновационного развития на основе долгосрочного прогноза научно-технологического и социально-экономического развития с учётом российских и мировых тенденций;
2. Контроль реализации инновационных программ и важнейших инновационных проектов;
3. Сбор и анализ информации об уровне инновационной активности;
4. Оценка результатов реализации избранных инновационных приоритетов;
5. Реализация избранных инновационных приоритетов;
6. Анализ спроса на новые информационные технологии, современные материалы, продукты, услуги и доведение результатов анализа до структур, занятых в сфере научно-технических исследований и разработок.

3.5. Расположите в логическом порядке стадии процесса покупки:

- а) решение о покупке;
- б) осознание проблемы;
- в) поведение после покупки;
- г) поиск информации;
- д) определение альтернатив.

3.6 Установите правильный порядок первоначальных шагов для корректировки существующих в сфере инновационного бизнеса практик риск-менеджмента:

1. Сбор сведений о характере цифровых опасностей, релевантных для оценки степени риска;
2. Определение проблем, связанных с изменениями бизнес-среды в контексте формирования цифровой экономики, включая предположения о том, как на разработке инновации могут сказаться новые риски;
3. Определение графика времени и уровня принятия решения для процесса становления цифровой экономики в контексте риск-менеджмента в новых условиях;
4. Идентификация критически значимых ресурсов, необходимых для решения связанных с рисками цифровизации проблем развития территорий.

3.7 Расположите этапы жизненного цикла нововведения в правильном порядке

- а) освоение в производстве;
- б) диффузия (тиражирование на других объектах);
- в) рутинизация (стабильное, без изменения, использование);
- г) возникновение потребности в новшестве и его создание (приобретение прав на использование новшества у его владельца).

4. Вопросы на установление соответствия.

4.1 Установите соответствие между терминами и определениями

Понятие		Определение	
1.	Научная проблема	А	наиболее крупная научная работа, имеющая самостоятельный характер, и посвящено решению задач развития данной отрасли науки и техники. Решение того или иного научного направления возможно усилиями ряда научных организаций
2.	Научное направление	Б	часть проблемы, которая решается обычно в пределах одной научной организации и выступает основной единицей тематического плана при финансировании, планировании и учете работ
3.	Научная тема	В	часть научного направления, представляющая один из возможных путей ее решения. Выполнение научной проблемы может осуществляться в виде целевой научно-технической программы, которая является комплексом увязанных по ресурсам и исполнителям работ. Как правило, координацию этих работ проводят головные научные организации

4.2 Установите соответствие между вариантами научно-технических решений и их характеристикой

Варианты научно-технических решений		Характеристика	
1.	Среднесрочное развитие существующего продукта	А	Направлены на замещение существующего продукта
2.	Раннее внедрение нового продукта	Б	Фирма сознательно воздерживается от выхода на новый рынок до тех пор, пока этого не сделает конкурент. Такая стратегия называется защитной
3.	Позднее внедрение нового продукта	В	Подразумевает удлинение полезной жизни продукта с помощью дополнительных НИОКР
4.	Долгосрочные проекты	Г	Фирма фокусируется на достижении научно-технического лидерства и внедрении нового продукта раньше конкурентов. Такой путь называют наступательной стратегией

4.3 Установите соответствие между видами стратегического поведения и их характеристиками

Вид стратегического поведения		Характеристика	
1.	Эксплерентный	А	характерный для крупных компаний, осуществляющих массовое производство, выходящих на массовый рынок со своей или приобретенной новой продукцией, опережающих конкурентов за счет серийности производства и эффекта масштаба
2.	Пациентный	Б	заключающееся в приспособлении к узким сегментам широкого рынка (нишам) путем специализированного выпуска новой или модернизированной продукции с уникальными характеристиками
3.	Коммутантный	В	состоящий в приспособлении к условиям спроса местного рынка, заполнении ниш, по тем или иным причинам не занятых «виолентами» и «пациентами», освоении новых видов услуг после появления новых продуктов и новых

			технологий, имитации новинок и продвижении их к самым широким слоям потребителей
4.	Виолентный	Г	означающей выход на рынок с новым (радикально инновационным) продуктом и захватом части рынка

4.4 Вопрос на установление соответствия

А	Цели государственной инновационной политики	1. содействие активизации инновационной деятельности, развитию рыночных отношений и предпринимательства в инновационной сфере; 2. совершенствование налоговой системы с целью создания выгодных условий для ведения инновационной деятельности; 3. государственная поддержка и стимулирование инвесторов, вкладывающих средства в наукоемкое, высокотехнологичное производство; 4. создание экономических, правовых и организационных условий для инновационной деятельности; 5. создание условий для формирования совместных предприятий по выпуску отечественной продукции и реализации ее на внешнем рынке; 6. повышение эффективности производства и конкурентоспособности продукции отечественных товаропроизводителей на основе создания и распространения базисных и улучшающих инноваций.
Б	Методы реализации инновационной политики	

4.5 Поставьте в соответствие категории потребителей процентному соотношению восприятия новинки:

Категория потребителей	А 16 %	Б 2,5 %	В 34 %	Г 34 %	Д 13,5 %
1. Инноваторы					
2. Ранние освоители					
3. Раннее большинство					
4. Позднее большинство					
5. Отстающие					

4.6 Установите соответствие между группами сотрудников компании, задействованных в инновационных процессах и их характеристиками

Группа сотрудников компании		Характеристика	
1.	Производственники	А	участники инновационного процесса, целью которых является либо поиск денежных средств, необходимых для реализации новшества, либо самостоятельное инвестирование в инновационный проект
2.	Фасилитаторы	Б	это связующие звенья между всеми участниками, осуществляющими инновации. К ним относят технологических брокеров, антрепренеров
3.	Разработчики, авторы инноваций	В	это группа людей, которая занимается непосредственно практической реализацией инновации
4.	Инноваторы	Г	это люди, которые занимаются оценкой новой идеи, ее возможности практического применения, они определяют основу и содержание инновации
5.	Инвесторы	Д	это все те учреждения и институты, которые составляют благоприятную инфраструктуру для реализации инноваций, создают инновационную экосистему

4.7 Соотнесите понятия с их определениями:

1.	Инновационный менеджмент	А	процесс, посредством которого нововведение передается по коммуникационным каналам между членами социальной системы во времени;
2.	Диффузия инновации	Б	представляют собой оригинальные работы, направленные на получение новых знаний, поиск путей использования результатов фундаментальных исследований; новых методов решения тех или иных проблем;
3.	Фундаментальные исследования	В	совокупность принципов, методов и форм управления инновационными процессами, инновационной деятельностью, занятыми этой деятельностью организационными структурами и их персоналом;
4.	Прикладные исследования	Г	организация (учреждение, предприятие, фирма), для которой научные исследования и разработки являются основным видом деятельности
5.	Разработки	Д	экспериментальные или теоретические исследования, направленные на получение новых знаний;
6.	Научная организация	Е	это работы, направленные на создание новых продуктов или устройств, новых материалов, внедрение новых процессов, систем и услуг или усовершенствование уже выпускаемых или введенных в действие.

Шкала оценивания результатов тестирования: в соответствии с действующей в университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 баллов (установлено положением П 02.016).

Максимальный балл за тестирование представляет собой разность двух чисел: максимального балла по промежуточной аттестации для данной формы обучения (36 или 60) и максимального балла за решение компетентностно-ориентированной задачи (6).

Балл, полученный обучающимся за тестирование, суммируется с баллом, выставленным ему за решение компетентностно-ориентированной задачи.

Общий балл по промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по дихотомической шкале следующим образом (привести одну из двух нижеследующих таблиц):

Соответствие 100-балльной и дихотомической шкал

Сумма баллов по 100-балльной шкале	Оценка по дихотомической шкале
100-50	зачтено
49 и менее	не зачтено

Критерии оценивания результатов тестирования:

Каждый вопрос (задание) в тестовой форме оценивается по дихотомической шкале: выполнено – **2 балла**, не выполнено – **0 баллов**.

2.2 КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ЗАДАЧИ *(производственные (или ситуационные) задачи и (или) кейс-задачи)*

Производственная задача № 1

Определите затраты на реализацию стратегии инновационного развития, если известно, что расходы, связанные с разработкой новой технологии, составили 630 тыс. руб., затраты на оплату труда научных сотрудников - 210 тыс. руб., отчисления на социальное страхование от фонда заработной платы - 30 %, затраты на эксплуатацию оборудования - 198 тыс. руб., затраты на материалы и комплектующие составили 250 тыс. руб., накладные расходы – 150 %, налоговые отчисления – 75 тыс. руб. Определите необходимый объем финансирования данного инновационного проекта при планируемом уровне рентабельности 18 %.

Производственная задача № 2

Определите общий размер затрат на реализацию стратегии инновационного развития предприятия при разработке улучшающей технологии, если известно, что затраты на исследовательском этапе равны 560,3 тыс. руб., на конструктивном – 780,4 тыс. руб., на этапе пуско-наладочных работ – 342,1 тыс. руб.

Производственная задача № 3

Определите затраты на реализацию стратегии инновационного развития предприятия, связанного с разработкой новой технологии производства, если известно, что расходы на создание промышленного образца составили 191 тыс. руб., оплата труда - 110 тыс. руб., в том числе отчисления на социальное страхование, амортизационные отчисления – 96 тыс. руб., накладные расходы - 335 тыс. руб.

Производственная задача № 4

Постоянные издержки на выпуск новой продукции, изготовленной с использованием новой технологии, составили 11 088,48 тыс. руб., переменные – 5463,4 тыс. руб. Планируемая норма прибыли - 20 %, объем производства - 15 тыс. шт. Проанализируйте способность предприятия к внедрению новой продукции.

Производственная задача № 5

Определите коэффициент имущества, предназначенного для НИР и ОКР. Стоимость оборудования опытно-экспериментального назначения - 254 344 тыс. руб., оборудование для конструкторского проектирования оценивается в 145 600 тыс. руб. Общая стоимость оборудования производственно-технического назначения - 1 683 251 тыс. руб. Определите, какую стратегию целесообразно выбрать предприятию.

Производственная задача № 6

Среднегодовая стоимость производственных фондов основного производственного назначения - 437 540 тыс. руб., общепроизводственного назначения - 753 624 тыс. руб., общехозяйственного назначения - 84 503 тыс. руб., при этом стоимость вновь введенных производственных фондов - 431 255 тыс. руб. Оцените, какую инновационную стратегию целесообразно выбрать предприятию.

Производственная задача № 7

Проанализируйте способность предприятия к внедрению новой продукции. Постоянные затраты при выпуске новой продукции и продукции, изготовленной с использованием новых технологий, составили 9,907 млн руб., переменные – 6,605 млн руб. Планируемая прибыль – 15% от себестоимости. Общая выручка от продажи всей продукции – 35,296 млн руб.

Производственная задача № 8

Оцените способность предприятия к освоению новых производств. Стоимость вновь введенных производственных фондов равна 743,241 млн руб. Среднегодовая стоимость производственных фондов основного производственного назначения – 564,560 млн руб., общепроизводственного назначения – 887,954 млн руб., общехозяйственного назначения – 124,743 млн руб. Какую стратегию целесообразно выбрать предприятию?

Производственная задача № 9

Определить общий размер затрат на реализацию стратегии инновационного развития предприятия при разработке улучшающей технологии, если известно, что затраты на

исследовательском этапе равны 93 тыс. руб., на конструктивном - 171 тыс. руб., на концептуальном - 285 тыс. руб., на дистрибутивном - 219 тыс. руб.

Производственная задача № 10

Потребительская оценка продукта по атрибутам. Потребители оценили свойства / атрибуты конкурирующих марок продукта по 10-балльной шкале следующим образом:

Характеристики продукта	Марки продуктов			
	№1	№2	№3	№4
Расход топлива	8	10	7	5
Удобство в управлении	10	9	5	4
Внешнее оформление (дизайн)	9	10	6	9

Для потребителей удобство в управлении в 3 раза важнее, чем внешнее оформление и в 2 раза важнее, чем расход топлива. Определите, по отношению к какой из 4-х конкурирующих марок у потребителя наивысшая степень намерения купить, если решение потребителя основано на модели мультиатрибутивного товара. Приведите подробные расчеты. Проиллюстрируйте результаты расчетов полученных оценок конкурирующих марок продукта графически (постройте многоугольники конкурентоспособности продуктов, профили конкурирующих марок).

Производственная задача № 11

Изготовитель закусок проводит тестирование рынка для нового продукта. После трёх месяцев ожидается, что рыночная доля новой закуски составит 15 %. Известно, что группа потребителей на рынке, где проводилось тестирование, обычно потребляет на 10 % больше, чем средний потребитель. Для половины всех покупателей, которые купили новый продукт один раз, были зафиксированы повторные покупки. Каково кумулятивное проникновение нового продукта.

Производственная задача № 12

Производитель станков оценивает спрос на свой товар. Срок службы парка станков равен десяти годам. Каждый год 10 % оборудования необходимо замещать. Если спрос на потребительские товары, производимые на этих станках, снизился на 10 %, каким будет спрос на станки.

Производственная задача № 13

Компания вывела на рынок новый тип продукта. Через четыре месяца после выведения продукта на рынок 40 % всех потенциальных потребителей купили этот продукт. В этот же период процент повторных покупок составил 25 %. Руководство компании ожидает, что эти цифры останутся без изменений. Те люди, которые повторно купили продукт, являются активными потребителями. В среднем они потребляют на 40 % больше, чем средний потребитель. Какова ожидаемая доля рынка для нового типа продукта?

Производственная задача № 14

Потенциальный рынок товара длительного пользования состоит из 1 000 домашних хозяйств. В начале года производитель выпускает марку F. В конце года проникновение марки F составляет 20 %, в конце 2-го года – 26 %, а в конце 3-го года – 30 %. Все продукты, которые выходят из употребления, сразу же замещаются в этом же году. Каково изменение начального спроса для марки F в 3-м году по сравнению со 2-м годом (в процентах)?

Производственная задача № 15

Объем продажи товара достиг 100 000 р. Розничная цена составляет 50 р. Эластичность спроса по цене равна «-2». Цена снизилась на 6 %. Определите, чему будет равен после этого новый общий объем продажи в натуральных и стоимостных показателях.

Производственная задача № 16

В крупной сети магазинов «Химия и Жизнь» ежеквартальный объем продаж стирального порошка составляет 20 000 тонн. В ближайшем квартале компания намерена за счет снижения цены продать 22 400 тонн. По оценкам аналитиков эластичность спроса по цене для стирального порошка равна «-1,5». На сколько процентов необходимо снизить цену для достижения поставленной цели?

Производственная задача № 17

Предприятие собрало следующие данные: объем продаж \$2 400 000; переменные затраты 70 % от объема продаж; постоянные затраты \$420 000. Рассчитайте прибыль. В предстоящий год предприятие предполагает, что постоянные затраты возрастут на 16 %. Цель – получить такую же прибыль, как и в этом году. Рассчитайте необходимые изменения в объеме продаж.

Производственная задача № 18

Потребительская цена товара составляет \$1,50, а себестоимость – \$1,25. В ответ на увеличение затрат на \$0,10. на единицу продукции принимается решение увеличить потребительскую цену на \$0,15. Известно, что эластичность спроса по цене равна «-0,5». До увеличения цены было продано 1500 единиц продукции. Как изменится прибыль в результате роста затрат и цены?

Производственная задача № 19

После выведения на рынок нового потребительского товара длительного пользования была получена следующая информация о развитии начального спроса:

Год	Начальный спрос
1-й	4 000
2-й	10 000
3-й	12 000
4-й	16 000

Известно, что 40 % покупателей заменяют этот продукт через два года после его покупки. Другие 40 % покупателей заменяют этот продукт через три года. Оставшиеся 20 % заменяют его через четыре года. До настоящего времени еще не было дополнительных покупок. В 5-ом году общий спрос на данный продукт составил 23240. Какую величину составили начальные покупки в 5-ом году?

Производственная задача № 22

Выберите какую-либо сферу деятельности и представьте, что вы создали предприятие в данной сфере. Выберите все возможные цифровые технологии, которые могли бы сделать ваше предприятие ведущим в отрасли. Каких затрат это потребует? Какие риски несет внедрение цифровых технологий? Какова потребность в больших данных в вашем бизнесе? Нужен и возможен ли реинжиниринг бизнес-процессов в вашей отрасли.

Шкала оценивания решения компетентностно-ориентированной задачи:

в соответствии с действующей в университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 баллов (установлено положением П 02.016).

Максимальный балл за тестирование представляет собой разность двух чисел: максимального балла по промежуточной аттестации для данной формы обучения (36 или 60) и максимального балла за решение компетентностно-ориентированной задачи (6).

Балл, полученный обучающимся за тестирование, суммируется с баллом, выставленным ему за решение компетентностно-ориентированной задачи.

Общий балл по промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по дихотомической шкале следующим образом (привести одну из двух нижеследующих таблиц):

Соответствие 100-балльной и дихотомической шкал

Сумма баллов по 100-балльной шкале	Оценка по дихотомической шкале
100-50	зачтено

Критерии оценивания решения компетентностно-ориентированной задачи:

6-5 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует глубокое понимание обучающимся предложенной проблемы и разностороннее ее рассмотрение; свободно конструируемая работа представляет собой логичное, ясное и при этом краткое, точное описание хода решения задачи (последовательности (или выполнения) необходимых трудовых действий) и формулировку доказанного, правильного вывода (ответа); при этом обучающимся предложено несколько вариантов решения или оригинальное, нестандартное решение (или наиболее эффективное, или наиболее рациональное, или оптимальное, или единственно правильное решение); задача решена в установленное преподавателем время или с опережением времени.

4-3 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует понимание обучающимся предложенной проблемы; задача решена типовым способом в установленное преподавателем время; имеют место общие фразы и (или) несущественные недочеты в описании хода решения и (или) вывода (ответа).

2-1 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует поверхностное понимание обучающимся предложенной проблемы; осуществлена попытка шаблонного решения задачи, но при ее решении допущены ошибки и (или) превышено установленное преподавателем время.

0 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует непонимание обучающимся предложенной проблемы, и (или) значительное место занимают общие фразы и голословные рассуждения, и (или) задача не решена.

Инструкция по выполнению тестирования на промежуточной аттестации обучающихся

Необходимо выполнить 16 заданий. На выполнение отводится 1 академический час.

Задания выполняются на отдельном листе (бланке ответов), который сдается преподавателю на проверку. На отдельном листе (бланке ответов) запишите свои фамилию, имя, отчество и номер группы, затем приступайте к выполнению заданий. Укажите номер задания и рядом с ним:

- при выполнении заданий в закрытой форме запишите букву (буквы), которой (которыми) промаркированы правильные ответы;
- при выполнении задания в открытой форме запишите пропущенное слово, словосочетание, цифру или формулу;
- при выполнении задания на установление последовательности рядом с буквами, которыми промаркированы варианты ответов, поставьте цифры так, чтобы они показывали правильное расположение ответов;
- при выполнении задания на установление соответствия укажите соответствия между буквами и цифрами, располагая их парами.

При решении компетентностно-ориентированной задачи (задания) запишите развернутый ответ. Ответ записывайте аккуратно, разборчивым почерком. Количество предложений в ответе не ограничивается.

Баллы, полученные Вами за выполнение заданий, суммируются. Каждый верный ответ оценивается следующим образом:

- задание в закрытой форме – 2 балла,
- задание в открытой форме – 2 балла,
- задание на установление последовательности – 2 балла;
- задание на установление соответствия – 2 балла,
- решение компетентностно-ориентированной задачи (задания) – 6 баллов.

Максимальное количество баллов на промежуточной аттестации – 36 (для обучающихся по очно-заочной и заочной формам обучения – 60).

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки (специальность)

27.04.05 Инноватика

Учебный предмет, курс, дисциплина (модуль)

«Стратегия развития инновационной деятельности»,

1 курс

Утверждено на заседании кафедры

финансов и кредита

от « » _____ 20__ г. протокол № ____

Зав.кафедрой _____ Т.С. Колмыкова

Экзаменационный билет № 1

1 В маркетинге применяются различные подходы к классификации товаров. Один из подходов классифицирует продукты по характеру потребительского спроса. В данную классификацию не входят товары:

- а) предварительного выбора, для покупки которых потребитель тратит значительное время
- б) повседневного спроса, которые покупаются часто и с минимальными усилиями
- в) производственного назначения
- г) товары пассивного спроса, которые не покупают, хотя и нуждаются в них

2 Множественность организационных форм инновационной деятельности обусловлена:

- а) высоко конкурентной внешней средой
- б) инновационной активностью организаций, ее стратегией
- в) местоположением
- г) платежеспособностью

3 Сущность имитационной стратегии:

- а) следовать за обеими группами лидеров, повторяя их достижения и используя специфические преимущества страны или предприятия
- б) занятие лидирующих позиций на рынке
- в) держаться вплотную за лидером, заимствуя его новшества с внесением некоторых изменений
- г) самосохранение с применением консервативных технологий

4 Вид траектории присущий быстро растущим организациям, управляемым с самого начала одаренными лидерами, с хорошо организованным персоналом, реализующим стратегию экспансии, называется:

- а) «конструкторы»
- б) «строители»
- в) «пионеры»
- г) «коммивояжеры»

5 Управление инновациями в развитии страны это:

- а) одно из направлений стратегического управления
- б) самостоятельная наука
- в) сочетание принципов управления инновациями со стратегическим управлением
- г) радикальные изменения в развитии организации или региона

6 Парадигма управления инновациями это:

- а) механизм реализации процессов обновления в организации
- б) аспекты в управлении инновациями
- в) инновационные приемы при создании нового продукта
- г) взаимодействие систем функций при реализации инновационного проекта

7 Государственная инновационная политика это:

- а) становление новой экономики
- б) методы воздействия на экономику
- в) приоритет создания особых экономических и производственных зон в регионах

г) выражается отношением государства к инновационной деятельности

8 Установите соответствие между вариантами научно-технических решений и их характеристикой

Варианты научно-технических решений		Характеристика	
1.	Среднесрочное развитие существующего продукта	А	Направлены на замещение существующего продукта
2.	Раннее внедрение нового продукта	Б	Фирма сознательно воздерживается от выхода на новый рынок до тех пор, пока этого не сделает конкурент. Такая стратегия называется защитной
3.	Позднее внедрение нового продукта	В	Подразумевает удлинение полезной жизни продукта с помощью дополнительных НИОКР
4.	Долгосрочные проекты	Г	Фирма фокусируется на достижении научно-технического лидерства и внедрении нового продукта раньше конкурентов. Такой путь называют наступательной стратегией

9 Корпоративная информационная система обеспечивает (несколько вариантов ответа):

- а) реализацию современной технологии бюджетирования и контроля затрат
- б) внедрение системы управленческого учета затрат в разрезе видов деятельности, отдельных проектов и центров ответственности (подразделений предприятия)
- в) оперативное получение аналитической информации для повышения качества принимаемых управленческих решений
- г) создание систем электронного документооборота и повышение производительности

10 Термин «сквот», встречающееся в российских материалах и публикациях по цифровой экономике предприятий, означает:

- а) среднеквадратичное отклонение показателей цифрового развития от динамики традиционного развития предприятия
- б) виртуальное сообщество киберсквоттеров, регистрирующих на себя популярные интернет-домены цифровых сервисов
- в) сквозная технология, используемая инновационными предприятиями
- г) распространенные системы быстрого обмена технической информацией между предприятиями

11 Реинжиниринг бизнес-процессов на предприятии, как правило, сопровождается (несколько вариантов ответа):

- а) внедрением новых информационных систем в систему управления big data
- б) улучшением текущих бизнес-процессов на основе имеющегося опыта развития
- в) снижением рисков в хозяйственной деятельности предприятия
- г) обновлением форм и носителей информации о бизнес-процессах

12 Установите последовательность в структуре инновационной деятельности:

1. подготовка производства, каналов снабжения и реализации продукта;
2. выработка критериев для новых идей о продуктах и процессах;
3. генерирование идей;
4. коммерциализация инновации;
5. идентификация необходимых направлений инновационной деятельности и типов инновационных стратегий;
6. формулирование проектов и их проверка с помощью маркетингового, технологического и финансового анализа;
7. разработка новых продуктов (процессов), включая НИОКР и тестирование;
8. формулирование (пересмотр) корпоративной стратегии.

13 Передает информацию для внешних контактов организацией относительно планов, политики, действий организации

- а) приемник
- б) переговорщик

в) представитель

г) стимулятор

14 Введение термина инновация связывают с именем:

а) Гобсона;

б) Кейнса;

в) Шумпетера;

г) Маркса.

15 Основной целью технопарков является;

а) создание новых или радикальных преобразований старых сегментов рынка;

б) стимулирование малого инновационного предпринимательства;

в) реализация любого прибыльного проекта.

16. Компетентностно-ориентированная задача.

Компания вывела на рынок новый тип продукта. Через четыре месяца после выведения продукта на рынок 40 % всех потенциальных потребителей купили этот продукт. В этот же период процент повторных покупок составил 25 %. Руководство компании ожидает, что эти цифры останутся без изменений. Те люди, которые повторно купили продукт, являются активными потребителями. В среднем они потребляют на 40 % больше, чем средний потребитель. Какова ожидаемая доля рынка для нового типа продукта?

Преподаватель



Беляева Е.С.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮГО-ЗАПАДНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и менеджмента

Направление подготовки (специальность)

27.04.05 Инноватика

Учебный предмет, курс, дисциплина (модуль)

«Стратегия развития инновационной деятельности»,
1 курс

Утверждено на заседании кафедры
финансов и кредита

от « » _____ 20__ г. протокол №__

Зав.кафедрой _____ Т.С. Колмыкова

Экзаменационный билет № 1

1-15 Компьютерное тестирование.

16. Компетентностно-ориентированная задача (задание).

Компания вывела на рынок новый тип продукта. Через четыре месяца после выведения продукта на рынок 40 % всех потенциальных потребителей купили этот продукт. В этот же период процент повторных покупок составил 25 %. Руководство компании ожидает, что эти цифры останутся без изменений. Те люди, которые повторно купили продукт, являются активными потребителями. В среднем они потребляют на 40 % больше, чем средний потребитель. Какова ожидаемая доля рынка для нового типа продукта?

Преподаватель



Беляева Е.С.