Перелік питань до іспиту

з навчальної дисципліни «**Інноваційний менеджмент**»

Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Освітній ступінь «бакалавр»

ПВ-3, ПВ-5к

|  |  |
| --- | --- |
| 1. | Новостворені (застосовувані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукти або послуги виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери, – це: |
| 2. | Встановленні невідомих раніше об’єктивних закономірностей, властивостей, явищ, що вносять зміни в рівень пізнання, – це: |
| 3. | Нове технічне вирішення конкретної задачі, яке має позитивний ефект, покращує якість чи змінює умови праці, – це: |
| 4. | Інновації виконують: |
| 5. | Перше групування інновацій запропонував: |
| 6. | За ступенем поширення розрізняють: |
| 7. | Базові, модифіковані (поліпшуючі) та псевдоінновації виділяють в залежності від: |
| 8. | Разові нововведення, що не підлягають тиражуванню за своєю унікальністю та призначенням, – це: |
| 9. | Інновації, що мають випереджальний характер і впроваджуються організацією з метою отримання додаткових конкурентних переваг у майбутньому, – це: |
| 10. | Термін «інновація» запровадив: |
| 11. | Діяльність, що спрямована на використання і комеріалізацію результатів наукових досліджень та розробок, і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг, називається: |
| 12. | Сукупність науково обґрунтованих принципів, форм, методів, прийомів і засобів управління інноваціями у сфері їх створення, освоєння у виробництві і просуванні на ринок з метою отримання прибутку, – це: |
| 13. | Об’єктом управління в інноваційному менеджменті можуть бути: |
| 14. | Інновації, зорієнтовані на виробництво і використання нових (поліпшених) продуктів у сфері виробництва або у сфері споживання, називаються: |
| 15. | Інновації, в основі розробки яких лежать нові фундаментальні наукові досягнення, що роблять можливим створення нового обладнання, технологій тощо, мають назву: |
| 16. | Соціальні інновації – це: |
| 17. | Управлінські інновації – це: |
| 18. | Інновації, які забезпечують виживання та зміцнення позицій підприємства на ринку, виникають як реакція на нововведення основних конкурентів, називаються: |
| 19. | До основних завдань інноваційного менеджменту відносять: |
| 20. | До основних функцій інноваційного менеджменту відносять: |
| 21. | Діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок, обумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг, – це |
| 22. | Об’єктом інноваційної діяльності є: |
| 23. | Інноваційний процес – це: |
| 24. | Інноваційний процес характеризується |
| 25. | До основних факторів, що впливають на розвиток інноваційного процесу, слід віднести: |
| 26. | Інноваційний процес, що передбачає створення і використання нововведення в межах однієї організації, має назву: |
| 27. | Процес поширення нововведення для використання у нових місцях, сферах чи умовах – це: |
| 28. | Підприємства, які першими освоюють нововведення і прагнуть отримати додатковий прибуток за рахунок його швидкого просування на ринок: |
| 29. | Процес поширення (трансферу) нововведення для використання у нових місцях, сферах чи умовах називається: |
| 30. | Інноваційний процес, що характеризується появою нових виробників нововведення, має назву: |
| 31. | До чинників, які стимулюють інноваційну діяльність, належать: |
| 32. | До чинників, які стримують інноваційну діяльність, належать: |
| 33. | До функцій Верховної ради України як суб’єкта інноваційної діяльності належать: |
| 34. | Інноваційне підприємство – це: |
| 35. | До числа інноваційних підприємств належать: |
| 36. | Структури, які поєднують науково-дослідні організації та виробничі підприємства у своїй діяльності, забезпечують швидке впровадження результатів НДДКР у промисловість та комерціалізацію наукових розробок, називаються: |
| 37. | До основних критеріїв, які характеризують технопарки, відносять: |
| 38. | Організація, що надає на певних умовах і на певний час спеціально обладнані приміщення та інше майно суб’єктам малого та середнього бізнесу, які здійснюють свою діяльність з метою отримання фінансової самостійності, – це: |
| 39. | Мета бізнес-інкубатору: |
| 40. | Технопарк – це: |
| 41. | Бізнес-інкубатор – це: |
| 42. | Віртуальні бізнес – інкубатори – це: |
| 43. | Бізнес-інкубатори, орієнтовані на розвиток наукомістких малих підприємств |
| 44. | Основними проблемами на шляху розвитку бізнес-інкубаторів в Україні є: |
| 45. | Науково-промисловий комплекс, або конгломерат науково-академічних, навчальних, дослідницько-конструк-торських закладів, промислових підприємств і т. ін. з розвинутою та динамічною системою виробничого постачання, комунікацій, об’єктів інфраструктурної мережі, який створюється за чіткою функціональною ознакою з метою розвитку в найсприятливіших умовах високо-технологічного, соціально необхідного, конкурентоспроможного, екологічно чистого виробництва, підготовки висококваліфікованих фахівців |
| 46. | Сукупність підприємств, організацій, установ, їх об'єднань, асоціацій будь-якої форми власності, що надають послуги із забезпечення інноваційної діяльності (фінансові, консалтингові, маркетингові, інформаційно-комунікативні, юридичні, освітні тощо) – це: |
| 47. | Інноваційній інфраструктурі мають бути притаманні наступні властивості: |
| 48. | Сукупність організацій, що надають консалтингові послуги в сфері інноваційної діяльності (охорона, захист, оцінка та використанні інтелектуальної власності, оцінка комерціалізації наукових результатів і т.ін.) – це: |
| 49. | Науково-технічна експертиза – це: |
| 50. | Патентування винаходу або корисної моделі – це: |
| 51. | Класифікація елементів інноваційної інфраструктури за видами інноваційної діяльності, які вони охоплюють, передбачає їх поділ на наступні групи: |
| 52. | Віоленти – це: |
| 53. | Як називаються підприємства, що спеціалізуються на створенні нових чи радикально змінених старих сегментів ринку? Вони є розробниками нової продукції, для чого створюють у себе потужні дослідницькі відділи та конструкторські бюро. Впроваджуючи принципово нові продукти, вони отримують надприбуток за рахунок їх великої наукомісткості і внаслідок піонерного виведення їх на ринок |
| 54. | Як називаються підприємства, які створюють інновації для потреб вузького сегмента ринку; уникають конкуренції із великими корпораціями, вишукуючи недоступні для них сфери діяльності, надаючи товару унікальних властивостей; їх товари мають ексклюзивний характер, є високоякісними і дорогими? |
| 55. | Комутанти – це: |
| 56. | Державна інноваційна політика – це |
| 57. | До основних принципів інноваційної політики відносять: |
| 57. | У випадку реалізації стратегії «запозичення»: |
| 59. | У випадку реалізації стратегії «перенесення»: |
| 60. | У випадку реалізації стратегії «нарощування»: |
| 61. | Об’єктом державної інноваційної політики є |
| 62. | Суб’єктами державної інноваційної політики виступають: |
| 63. | До прямих методів регулювання інноваційної діяльності належать: |
| 64. | До методів державного регулювання інноваційної діяльності за способами впливу належать: |
| 65. | До методів державного стимулювання інноваційної діяльності в економічно розвинених країнах світу належать: |
| 66. | Метою державної інноваційної політики є: |
| 67. | Державна інноваційна політика, яка передбачає визначення державою головних цілей і пріоритетних напрямів науково-технологічного та інноваційного розвитку країни, – це політика: |
| 68. | До складових державного механізму створення та поширення нововведень слід віднести: |
| 69. | Політика, яка передбачає, що пріоритетні напрями науково-технічного та інноваційного розвитку визначаються державою, яка має необхідні матеріальні ресурси та інформаційне забезпечення, – це |
| 70. | Державна інноваційна політика ринкової орієнтації – це політика, яка передбачає: |
| 71. | До основних завдань державної інноваційної політики НЕ відносяться: |
| 72. | Політика, що передбачає розв’язання соціально-економічних проблем за допомогою передових технологій, зміни галузевої структури в напрямку розвитку наукомістких технологій і сфери їх обслуговування: |
| 73. | До прямих способів державного впливу на ефективність інноваційної діяльності відноситься: |
| 74. | Поточна інноваційна політика передбачає: |
| 75. | Довгострокова інноваційна політика передбачає: |
| 76. | Інноваційна стратегія – це: |
| 77. | Головною метою інноваційної стратегії в Україні є: |
| 78. | До завдань, які вирішуються в процесі розробки інноваційної стратегії, належать: |
| 79. | Яка інноваційна стратегія передбачає досягнення цілі стати першим, провідним підприємством у певній сфері діяльності та збуту та застосовується лише відповідно до одного чи декількох окремо взятих продуктів там, де існують сприятливі умови для здійснення такої стратегії (ресурси, науково-технічний потенціал)? Є дуже ризиковою з боку завоювання та збереження ринкових позицій і повʼязана зі значними витратами ресурсів. Проте використання цієї стратегії може принести вагомі результати. ЇЇ використовують атакуючі фірми. Дослідження, що проводяться в таких організаціях, спрямовані на те, щоб шляхом випуску унікальної продукції витіснити конкурента, зайняти домінуючі позиції в галузі, завоювати нові ринки. |
| 80. | Інноваційна стратегія, яка передбачає зниження витрат виробництва за рахунок масового збільшення його обсягів і раціоналізації виробничих процесів, називається: |
| 81. | Стратегія, яка здійснюється в умовах невизначеності ситуації і попиту споживачів. Підприємство займає очікувальну позицію до прояснення ситуації на ринку, а потім нарощує виробництво й збут нового продукту. На ранній стадії розвитку будь-якої галузі підприємство ставить собі за мету уважно спостерігати за цим процесом. Спостереження дає йому змогу одержати інформацію про вимоги до технології та персоналу, визначити перспективи галузі щодо прибутковості й потенціалу зростання, оцінити власні можливості. Така стратегія називається: |
| 82. | Стратегія, яка передбачає здійснення підприємством торгових «вилазок», з метою спонукати конкурентів піти на відповідну домовленість (координацію торгівельних дій, поділ ринків збуту тощо), називається: |
| 83. | Інноваційна стратегія, яка ґрунтується на здійсненні підприємством постійних удосконалень, модернізації і модифікації продукту з якісним дизайном, кращим, ніж у конкурентів. Застосування цієї стратегії можливе за умови наявності множини характеристик товару, які виділяються й ціняться споживачем, різноманітного попиту на продукцію цього асортименту. В межах реалізації цієї стратегії зберігається небезпека імітації унікальних властивостей продукту.  Як називається така стратегія? |
| 84. | Інноваційна стратегія, яка базується на використанні вже відомих технологій і їхнього розвитку згідно з вимогами специфічного ринку. Підприємство, що проводить таку стратегію, не несе витрат на дослідження (за винятком витрат на придбання ліцензій) і тому може досягати значного зниження витрат і високої рентабельності продажів. Головна увага при використанні цієї стратегії приділяється швидкому засвоєнню технології й запуску товару у виробництво.  Як називається така стратегія? |
| 85. | Інноваційна стратегія, яка фокусується на швидкому розширенні ринкової ніші.  Підприємство зосереджується на інноваціях (продуктах), які вже здобули визнання ринку. Основна ознака такої стратегії – «безпечна торгівельна політика», коли підприємство намагається уникнути великого ризику, а також можливих труднощів під час освоєння нової продукції з високими інноваційними характеристиками.  Як називається така стратегія? |
| 86. | Вкажіть правильну послідовність етапів розробки інноваційної стратегії: |
| 87. | Місія підприємства – це: |
| 88. | Характеристика, властивість нового продукту, технології, яка створює для підприємства певну перевагу над своїми безпосередніми конкурентами, називається: |
| 89. | Спосіб організації бізнесу, при якому компанія-власник передає незалежному бізнесмену чи компанії право на продаж товарів чи послуг цієї компанії в обмін на зобов'язання продавати ці товари чи послуги: із дотриманням певних якісних характеристик; з використанням обумовлених технологій; за розробленою схемою; в чітко зазначеному місці; під певним товарним знаком, називається: |
| 90. | Комплексна процедура, яка передбачає розробку нових ділових процесів на підприємстві шляхом радикального перепроектування існуючих процесів, зазвичай на основі інтенсивного використання у нових процесах електронних систем, зміни умов ведення бізнесу, що, у свою чергу, дає можливість отримання додаткових конкурентних переваг, називається: |
| 91. | Виконання сторонньою організацією певних завдань або деяких бізнес-процесів, функцій підприємницької діяльності іншій компанії, що діє в необхідній сфері, на підставі договору, має назву: |
| 92. | Комплекс робіт і послуг із створення інноваційного проекту, що включає в себе створення, реалізацію, просування і дифузію певної інновації – це: |
| 93. | Аналітичний процес детального порівняння та оцінки підприємства в розрізі операцій з кращими компаніями в класі всередині і поза галуззю, в результаті чого розробляють заходи, спрямовані на перекриття розриву між підприємством, яке реформується, і лідером, – це: |
| 94. | До критеріїв, на які необхідно зважати при формуванні ефективної інноваційної стратегії, відносять: |
| 95. | На якому з етапів розробки інноваційної стратегії визначаються базові стратегії розвитку та їх інноваційні складові; розробляються і оцінюються альтернативні інноваційні стратегії; здійснюються вибір і обґрунтування інноваційної стратегії, якій надається перевага? |
| 96. | Діяльність, спрямована на пошук нових сфер і способів використання потенціалу підприємства, розроблення на цій основі нових товарів і технологій і їх просування на ринку з метою задоволення потреб і запитів споживачів більш ефективним, ніж конкуренти, способом, отримання за рахунок цього прибутку та забезпечення умов тривалого виживання і розвитку на ринку, називається: |
| 97. | Інноваційний маркетинг – це: |
| 98. | До основних принципів інноваційного маркетингу відносять: |
| 99. | Завданнями інноваційного маркетингу є: |
| 100. | Виділяють наступні вили інноваційного маркетингу: |
| 101. | Приймаючи інноваційні рішення, підприємство повинне визначити: |
| 102. | Конкурентоспроможність нового продукту обумовлена: |
| 103. | Основними товарним характеристиками, що впливають на споживчу реакцію на товар-новинку є: |
| 104. | Бар’єрами для споживчого ухвалення нового товару є так звані «технологічні страхи». До них відносять: |
| 105. | Перевірка продукту і маркетингової програми в ринкових умовах; певний експеримент, метою якого є попередній продаж товару або реалізація послуг для апробації всіх компонентів маркетингу і дослідження якогось ступеня впевненості і зробленому прогнозі – це: |
| 106. | Створення інноваційних продуктів «шляхом поєднання несумісних та непоєднуваних речей», «уникнення стереотипів», «погляд на проблему під іншим кутом зору» – це принципи: |
| 107. | Маркетинг, спрямований на пошук підприємством своєї маркетингової ніші, відмову від відкритого конкурування з потужними конкурентами та використання нетрадиційних, але ефективних способів реклами та просування нових товарів та послуг; малобюджетні способи реклами і маркетингу, – називають: |
| 108. | Одним із видів нейромаркетингу є: |
| 109. | Сучасний, новий напрям маркетингу, який вивчає неусвідомлені сенсорні, когнітивні та емоційні реакції людини-споживача на певні стимули (наприклад, на рекламну інформацію про товар або візуальне сприйняття конкретних марок тощо) – це: |
| 110. | Заключний етап системи маркетингу, на якому розробляються конкретні форми реалізації концепцій стратегічного інноваційного маркетингу, називають: |
| 111. | Особливостями інноваційних організацій є: |
| 112. | За класифікаційною ознакою «*тип стратегії інноваційних організацій*» виділяють наступні види інноваційних організацій: |
| 113. | Віолентна (силова) стратегія характерна для: |
| 114. | Експлерентну (піонерську) стратегію обирають: |
| 115. | Девізом фірми-віолента є: |
| 116. | Які із перелічених послуг НЕ надаються бізнес-інкубаторами? |
| 117. | Тривалість перебування новоутвореної фірми в бізнес-інкубаторі обмежується терміном: |
| 118. | Підприємства, що створюють інновації для потреб вузького сегменту ринку, – це: |
| 119. | Підприємства, що спеціалізуються на створенні нових чи радикальній зміні старих сегментів ринку, – це: |
| 120. | Основними факторами, які визначають тип, складність та ієрархічність (кількість рівнів управління) організаційної структури підприємства, є: |
| 121. | Сукупність відділів і служб, які займаються побудовою і координацією функціонування системи менеджменту, розробленням і реалізацією управлінських рішень із виконання бізнес-плану, інноваційного проекту, – це: |
| 122. | Девізом фірми-патієнта є: |
| 123. | Комутантну (локальну) стратегію використовують фірми, які: |
| 124. | Патієнтну (сегментну) стратегію використовують фірми, які: |
| 125. | Малі підприємства у технологічно прогресивних видах діяльності, що спеціалізуються у сферах наукових досліджень, розробок, створення і впровадження інновацій, пов’язаних з підвищеним ризиком, називаються: |
| 126. | До переваг венчурних підприємств можна віднести: |
| 127. | Джерелом венчурного капіталу можуть бути: |
| 128. | Структура, що спеціалізується на створенні сприятливих умов для виникнення та ефективної діяльності малих інноваційних фірм через надання їм певних послуг і ресурсів, – це: |
| 129. | Організація, що надає інформаційні та консультативні послуги з вибору технології для підприємницької діяльності; розробляє стратегію її передавання і здійснює юридичну підтримку процесу передавання, – це: |
| 130. | Науково-виробничий територіальний комплекс, який охоплює наукові установи, заклади вищої освіти, комерційні фірми, сервісні служби і функціонує на засадах комерціалізації науково-технічної діяльності, – це: |
| 131. | Новація – це: |
| 132. | Інновація – це: |
| 133. | Процес уведення новацій на ринок називають: |
| 134. | Життєвий цикл інновацій – це: |
| 135. | Поняття «інновація» було вперше запроваджене: |
| 136. | Державної підтримки потребують: |
| 137. | Яке з наведених визначень відповідає функціональному підходу до інноваційного менеджменту: |
| 138. | Вкажіть на взаємозв’язок між поняттями «нововведення» та «новація»: |
| 139. | Об’єктами інноваційного менеджменту виступають: |
| 140. | Процес комерціалізації нововведень – це: |
| 141. | Вкажіть, які групи інновацій за ступенем новизни виділяють в інноваційному менеджменті: |
| 142. | Базові інновації – це: |
| 143. | Псевдоінновації – це: |
| 144. | Фізичні чи юридичні особи, які провадять інноваційну діяльність і (або) залучають майнові та інтелектуальні цінності, вкладають власні чи запозичені кошти в реалізацію інноваційних проектів, – це: |
| 145. | Процес комерціалізації нововведень не включає: |
| 146. | Класична крива поширення інновації у галузі має вигляд: |
| 147. | Виберіть правильний послідовний перелік стадій інноваційного процесу: |
| 148. | Під час інноваційного процесу фундаментальні дослідження проводяться: |
| 149. | Метою прикладних досліджень є: |
| 150. | Відкриття – це: |
| 151. | Раціональна пропозиція – це: |
| 152. | Сферу інноваційної діяльності формують: |
| 153. | Метою державної інноваційної політики є: |
| 154. | Стратегія, що пов'язана з прагненням фірми досягти лідерства на ринку шляхом створення та впровадження нових продуктів, – це стратегія: |
| 155. | Стратегія,заснована на придбанні ліцензій чи інших об'єктів інтелектуальної власності у фірм, що їх створили, – це стратегія: |
| 156. | Стратегія, спрямована на те, щоб утримати конкурентні позиції фірми на вже існуючих ринках, – це стратегія: |
| 157. | Споживачі належать до: |
| 158. | Для аналізу середовища господарювання при виборі та обґрунтуванні інноваційної стратегії найчастіше застосовують: |
| 159. | Розрізняють наступні методи мотивації інноваційної діяльності: |
| 160. | До організаційних структур підтримки інноваційного підприємництва належать: |
| 161. | Центр трансферу технологій (інноваційний центр) – це: |
| 162. | Внутрішні венчури: |
| 163. | Вкажіть, результати досліджень яких вчених створили підґрунтя сучасної теорії інноваційного менеджменту: |
| 164. | За якими критеріями інновації поділяються на продуктові, процесні та ринкові: |
| 165. | До форм інноваційного процесу не належить: |
| 166. | Вкажіть, яка форма інноваційного процесу передбачає порушення монополії виробника-піонера: |
| 167. | Завершальним у інноваційному процесі є етап: |
| 168. | Основним товаром на ринку новацій виступає: |
| 169. | Інноваційний лаг – це: |
| 170. | Основна різниця між інновацією та винаходом полягає у тому, що: |
| 171. | Процес поширення нововведення для використання у нових місцях, сферах чи умовах – це: |
| 172. | До типів захисту інтелектуальної власності не належать: |
| 173. | Патент – це: |
| 174. | Товарний знак – це: |
| 175. | Пільгове оподаткування інноваційної діяльності відноситься до елементів впливу: |
| 176. | Розрізняють наступні організаційні форми прямих методів державного управління інноваціями: |
| 177. | До непрямих методів підтримки інноваційного підприємництва відносять |
| 178. | Укладення центральними чи регіональними органами державного управління договорів із суб'єктами інноваційної діяльності щодо розроблення й виробництва інноваційних продуктів, технології та послуг – це: |
| 179. | Адміністративно-відомча форма підтримки нововведень знаходить відображення в таких заходах: |
| 180. | Сутність методів прямого регулювання інноваційної діяльності полягає в тому, що: |
| 181. | Оперативне управління інноваційною діяльністю не включає: |
| 182. | Перевагою застосування графіків Ганта для управління реалізацією інноваційних проектів є те, що вони дають можливість: |
| 183. | Графіки Ганта як метод планування найчастіше застосовують при: |
| 184. | Інтелектуальний потенціал організації – це: |
| 185. | Опціони на акції – це: |
| 186. | Системи стимулювання, побудовані на віртуальній участі акцій (фантом-акцій) передбачають: |
| 187. | До матеріальних методів стимулювання інноваційної діяльності прямої дії належать: |
| 188. | При традиційній послідовній організації інноваційного процесу: |
| 189. | Основою ціллю мотивації купівлі інновації є: |
| 190. | Стратегія оперативного реагування належить до: |
| 191. | Державний дослідницький контракт – це: |
| 192. | Стратегія оперативного реагування характеризується: |
| 193. | Стратегія цінового лідерства характеризується: |
| 194. | Видом ризику інновацій є: |
| 195. | Страхові ризики інновацій виникають при: |
| 196. | Моніторинг ризику інновацій це: |
| 197. | Метод ухилення від ризиків базується на: |
| 198. | Метод страхування ризиків передбачає: |
| 199. | Дифузія інновацій – це: |
| 200. | Швидкість дифузії інновацій залежить від: |