Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего

профессионального образования «Красноярский государственный медицинский университет имени профессора В.Ф. Войно-Ясенецкого» Министерства здравоохранения

Российской Федерации

ГБОУ ВПО КрасГМУ им. проф. В.Ф. Войно-Ясенецкого Минздрава России

Кафедра медицинской информатики и инновационных технологий с курсом ПО

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе

д.м.н., проф.

С.Ю. Никулина \_\_\_\_\_\_\_\_

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_г.

СБОРНИК ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ С ЭТАЛОНАМИ ОТВЕТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

**для специальности** 060103 - Педиатрия

(очная форма обучения)

Красноярск

2012

**Понятие и метода инновационного менеджмента. Управление инновационными проектами с использованием бизнес-процессов.**

1. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕМ КОМПЛЕКСА ДЕЙСТВИЙ, НАЦЕЛЕННЫХ НА ДОСТИЖЕНИЕ ИЛИ ПОДДЕРЖАНИЕ НЕОБХОДИМОГО УРОВНЯ ЖИЗНЕСПОСОБНОСТИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ С ПОМОЩЬЮ МЕХАНИЗМОВ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ, НАЗЫВАЕТСЯ:
2. Инновационный менеджмент
3. Инновационное развитие
4. Инновационный процесс
5. Инновационный маркетинг
6. Инвестиции
7. СОЗДАНИЕ, ОСВОЕНИЕ, РАСПРОСТРАНЕНИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИЙ, НАЗЫВАЕТСЯ:
8. Выработка инновационной стратегии
9. Инновационный процесс
10. Инновационный менеджмент
11. Инновационное развитие
12. Инновационное предпринимательство
13. КРОСС-ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО – ЭТО СОТРУДНИЧЕСТВО, КОТОРОЕ ПОДРАЗУМЕВАЕТ, ЧТО СОТРУДНИКИ НАЦЕЛЕНЫ НА ВЫПОЛНЕНИЕ …
14. Задач контролирующего органа
15. Задач организации-конкурента
16. Задач организации в целом
17. Задач своего отдела
18. Своих личных задач
19. НОВШЕСТВО СТАНОВИТСЯ ИННОВАЦИЕЙ:
20. Когда используется в производстве;
21. С момента принятия к распространению;
22. С момента окончания прикладных исследований;
23. С момента разработки научно-технической документации;
24. С момента проведения опытных и экспериментальных работ.
25. АВТОРОМ ПОНЯТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИННОВАЦИИ ЯВЛЯЕТСЯ:
26. Кондратьев Н.Д;
27. Хартман В.Д;
28. Шумпетер Й.;
29. Осборн А.;
30. Альтшуллер Г.С.
31. ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ ВЫДЕЛИЛСЯ В САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕГО УПРАВЛЕНИЯ:
32. в начале ХХ в
33. в середине ХХ в
34. в последние три десятилетия ХХ в
35. в 2000 году
36. в 2010 году
37. КИБЕРНЕТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА ПРЕДСТАВЛЯЕТСЯ В ВИДЕ
38. круга
39. треугольника
40. не замкнутой цепи
41. иерархической схемы
42. цепи, состоящей из относительно самостоятельных этапов и стадий
43. ТВОРЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ И ПРЕОБРАЗОВАНИЯ НАУЧНЫХ ЗНАНИЙ В НОВУЮ ПРОДУКЦИЮ, ПРИЗНАВАЕМУЮ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ
44. инновация
45. инновационный менеджмент
46. инновационный процесс
47. мозговой штурм
48. мозговая атака
49. ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОГРЕССИВНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В ЭКОНОМИКЕ, СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ, ТЕХНОЛОГИИ И ТЕХНИКЕ И В САМОМ УПРАВЛЕНИИ ЯВЛЯЕТСЯ ЗАДАЧЕЙ
50. мозгового штурма
51. бизнес процесса
52. процессно-ориентированного подхода управления предприятием
53. функционально-ориентированного подхода управления предприятием
54. инновационного менеджмента
55. РЕЗУЛЬТАТ ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, НАПРАВЛЕННЫЙ НА РАЗРАБОТКУ, СОЗДАНИЕ И РАСПРОСТРАНЕНИЕ НОВЫХ ВИДОВ ИЗДЕЛИЙ, ТЕХНОЛОГИЙ, ВНЕДРЕНИЕ НОВЫХ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ И Т. Д., УДОВЛЕТВОРЯЮЩИХ ПОТРЕБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА И ОБЩЕСТВА, ВЫЗЫВАЮЩИХ ВМЕСТЕ С ТЕМ СОЦИАЛЬНЫЕ И ДРУГИЕ ИЗМЕНЕНИЯ ЭТО:
56. ноу-хау
57. инновация
58. креативная идея
59. новшество
60. новая разработка

**Эталоны ответов:**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *№ вопроса* | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* | *9* | *10* |
| *Правильный ответ* | *1* | *2* | *3* | *2* | *3* | *3* | *1* | *3* | *5* | *2* |

**Бизнес-процесс**

1. СОВОКУПНОСТЬ ВЗАИМОСВЯЗАННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ИЛИ ЗАДАЧ, НАПРАВЛЕННЫХ НА СОЗДАНИЕ ОПРЕДЕЛЕННОГО ПРОДУКТА ИЛИ УСЛУГИ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ – ЭТО…

1. инновация
2. инновационный процесс
3. инновационный менеджмент
4. бизнес-процесс
5. бизнес-план

2. БИЗНЕС ПРОЦЕСС – ЭТО:

1. последовательность действий (шагов, этапов, функций), совершаемых в заданном порядке и направленных на достижение некоторой цели организации
2. основа, связывающая людей, капиталовложения и другие элементы в единое целое и определяющая те преимущества, которые компания, предлагает своим клиентам
3. ряд определенных, поддающихся измерению задач, выполняемых людьми и системами, которые направлены на достижение заранее запланированного результата
4. устойчивая целенаправленная последовательность исполнения функций, направленная на создание результата, имеющего ценность для потребителя
5. программа осуществления бизнес-операций, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности
6. а, б, в, г
7. б, в, г, д
8. а, в, г, д
9. а, б, г, д
10. а, б, в, д

3. КАКОЙ ГЛАВНЫЙ КРИТЕРИЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА ИЗ СЛЕДУЮЩИХ:

1. время исполнения
2. качество
3. надежность
4. затраты
5. заинтересованность

4. В ЦЕНТРЕ ВНИМАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ВСЕГДА СТОЯТ ВОПРОСЫ

1. управления организацией
2. привлечения клиентов
3. продвижения товаров на рынке
4. эффективная реклама
5. безопасность

5. ВЫБЕРИТЕ ЛОЖНОЕ УТВЕРЖДЕНИЕ ДЛЯ ФУНКЦИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ:

1. организация не стимулирует заинтересованность работающих в конечном результате
2. подавляющее большинство организаций в современном мире устроено по функционально-иерархическому принципу
3. в основе подобной организации управления лежит принцип разделения и специализации труда
4. главным потребителем результатов труда работника является его вышестоящий начальник
5. данный подход позволяет сократить время и снизить издержки при обслуживании клиентов

6. ВЫБЕРИТЕ ВЕРНОЕ УТВЕРЖДЕНИЕ ДЛЯ ПРОЦЕССНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДАК УПРАВЛЕНИЮ ПРЕДПРИЯТИЕМ:

1. вертикальная связь "начальник - подчиненный" довольно сильна
2. реализована иерархическая функциональная структура
3. большое количество согласований, увеличивающих время работы до получения результата
4. каждый сотрудник обеспечивает жизнедеятельность конкретных бизнес-процессов, непосредственно участвуя в них
5. ярко выраженная ориентация руководителей на увеличение численности персонала и усложнение организационной структуры (иерархия)

7. ОПТИМИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ, НАПРАВЛЕННАЯ НА ДОСТИЖЕНИЕ ПОСТАВЛЕННЫХ ЦЕЛЕЙ ЯВЛЯЕТСЯ ЗАДАЧЕЙ:

1. мозгового штурма
2. инновационного менеджмента
3. бизнес процессов
4. функционально-ориентированного подхода управления предприятием
5. традиционного менеджмента

**Эталоны ответов:**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *№ вопроса* | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* |
| *Правильный ответ* | *4* | *1* | *2* | *1* | *5* | *4* | *3* |

**Представление инновационных проектов**

1. ПЕРВЫЙ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЙ ТРУД, ПОСВЯЩЕННЫЙ «МОЗГОВОМУ ШТУРМУ», НАЗЫВАЕТСЯ

1. «Преобразование воображения»
2. «Управление идеями»
3. «Управляемые идеи»
4. «Генерализация идей»
5. «Управляемое воображение»

2. ОСНОВОПОЛАГАЮЩИМ ПРАВИЛОМ В МЕТОДЕ «МОЗГОВОГО ШТУРМА» ЯВЛЯЕТСЯ СЛЕДУЮЩЕЕ:

1. не всякая идея поощряется
2. процесс генерации идей отделяется от критики
3. процесс генерации идей неразрывно связан с их критикой
4. лидер не принимает участие в обсуждении

3. РОЛЬ ЛИДЕРА ГРУППЫ «ШТУРМУЮЩИХ» ЗАКЛЮЧАЕТСЯ В СЛЕДУЮЩЕМ:

1. акцентирование внимания на наиболее удачных идеях
2. фиксация (письменная) всех возникающих идей
3. оглашение результатов «штурма» - идей, родившихся в ходе обсуждения
4. озвучивание наиболее «нелепых» идей

4. В ПРОЦЕССЕ ПРОВЕДЕНИЯ МОЗГОВОГО ШТУРМА НА ЭТАПЕ ГЕНЕРАЦИИ ИДЕЙ ВАЖНО СОБЛЮДАТЬ СЛЕДУЮЩЕЕ ПРАВИЛО:

1. чётко сформулировать проблему
2. ограничивать количество идей
3. приветствовать необычные и даже абсурдные идеи
4. подвергать идеи анализу и оценке
5. сформулировать окончательный результат

5. АВТОРОМ ПОНЯТИЯ МОЗГОВОЙ ШТУРМ ЯВЛЯЕТСЯ:

1. Кондратьев Н.Д;
2. Хартман В.Д;
3. Шумпетер Й.;
4. Осборн А.;
5. Альтшуллер Г.С.

6. ЦЕЛЬЮ МОЗГОВОГО ШТУРМА ЯВЛЯЕТСЯ:

1. решение проблемы в условиях дефицита информации и времени
2. максимально растормозить мышление, уменьшить влияние психологической инерции, найти оригинальное решение задачи
3. совершенствование объекта за счет получения большого количества оригинальных модификаций объекта с неожиданными свойствами
4. выдвижение как можно большего числа разнообразных идей
5. получение экспертной оценки идей

7. ОПТИМАЛЬНО КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ МОЗГОВОГО ШТУРМА СОСТАВЛЯЕТ:

1. 2 участника
2. 3 – 5 участников
3. 6 – 12 участников
4. 15 – 20 участников
5. неограниченно

8. ЭТАП МОЗГОВОГО ШТУРМА, НА КОТОРОМ ЗАПРЕЩАЕТСЯ КРИТИКОВАТЬ ИДЕИ:

1. этап выдвижения идей
2. этап оценки идей
3. этап анализа идей
4. этап обработки результатов
5. этап подведения итогов

9. МОЗГОВОЙ ШТУРМ – ЭТО:

1. методология разработки бизнес процессов
2. схема процесса разработки и вывода товара на рынок
3. новаторский метод решения проблем
4. способ объединения участников команды
5. метод мотивирования участников команды

10. НА ЭТАПЕ АНАЛИЗА ИДЕЙ МОЗГОВОГО ШТУРМА:

1. руководитель объявляет тему мозгового штурма
2. происходит наработка банка идей
3. производится фиксация (письменная) всех возникающих идей
4. все высказанные идеи группа рассматривает критически
5. подводятся итоги проведения мозгового штурма

**Эталоны ответов:**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *№ вопроса* | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* | *9* | *10* |
| *Правильный ответ* | *5* | *2* | *1* | *3* | *4* | *4* | *3* | *1* | *3* | *4* |

**Инновационная деятельность, её содержание и структура**

1. ПРОЦЕСС, В КОТОРОМ ИЗОБРЕТЕНИЕ ИЛИ ИДЕЯ ПРИОБРЕТАЕТ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ЭТО

1. Инновационный менеджмент
2. Инновационное развитие
3. Инновационный процесс
4. Инновационный маркетинг
5. Инновация

2. ПОЛНЫЙ ПРОЦЕСС ОТ ИДЕИ ДО ГОТОВОГО ПРОДУКТА, РЕАЛИЗУЕМОГО НА РЫНКЕ ЭТО

1. Инновационный менеджмент
2. Инновационное развитие
3. Бизнес процесс
4. Инновационный маркетинг
5. Инновация

3. ОБЪЕКТ, ВНЕДРЕННЫЙ В ПРОИЗВОДСТВО В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОВЕДЕННОГО НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ИЛИ СДЕЛАННОГО ОТКРЫТИЯ, КАЧЕСТВЕННО ОТЛИЧНЫЙ ОТ ПРЕДШЕСТВУЮЩЕГО АНАЛОГА

1. Инновационный менеджмент
2. Инновационное развитие
3. Бизнес процесс
4. Инновационный маркетинг
5. Инновация

4. КОНЕЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ПОЛУЧИВШИЙ ВОПЛОЩЕНИЕ В ВИДЕ НОВОЙ ИЛИ УСОВЕРШЕНСТВОВАННОЙ ПРОДУКЦИИ, РЕАЛИЗУЕМОЙ НА РЫНКЕ, ЛИБО НОВОГО ИЛИ УСОВЕРШЕНСТВОВАННОГО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА, ИСПОЛЬЗУЕМОГО В ПРАКТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. Инновационный менеджмент
2. Инновационное развитие
3. Бизнес процесс
4. Инновационный маркетинг
5. Инновация

5. ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ И РАСПРОСТРАНЕНИЯ НОВОВВЕДЕНИЙ (ИННОВАЦИЙ) ЭТО

1. Инновационный менеджмент
2. Инновационный процесс
3. Бизнес процесс
4. Инновационный маркетинг
5. Инновация

6. ПРОЦЕСС РАСПРОСТРАНЕНИЯ УЖЕ ОДНАЖДЫ ОСВОЕННОЙ, РЕАЛИЗОВАННОЙ ИННОВАЦИИ, Т. Е. ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ, УСЛУГ, ТЕХНОЛОГИЙ В НОВЫХ МЕСТАХ И УСЛОВИЯХ.

1. Диффузия инноваций
2. Инновационный менеджмент
3. Инновационный процесс
4. Бизнес процесс
5. Инновационный маркетинг

7. БАЗОВЫМ ЭЛЕМЕНТОМ В СТРУКТУРЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЯВЛЯЕТСЯ

1. Инновационный проект
2. Конкурентное преимущество
3. Инновационный процесс
4. Бизнес процесс
5. Маркетинг инноваций

**Эталоны ответов:**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *№ вопроса* | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* |
| *Правильный ответ* | *5* | *5* | *5* | *5* | *2* | *1* | *1* |

**Инновационная инфраструктура**

1. МНОЖЕСТВО СУБЪЕКТОВ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ВЫПОЛНЯЮЩИХ ФУНКЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ И СОДЕЙСТВИЯ ИННОВАЦИОННЫМ ПРОЦЕССАМ

1. Инноваторы
2. Инновации
3. Бизнес процессы
4. Бизнес инкубаторы
5. Инновационная инфраструктура

2. ИНФОРМАЦИОННЫЕ, ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ, МАРКЕТИНГОВЫЕ, ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ДРУГИЕ СЕТИ, КОТОРЫЕ ПОМОГАЮТ НОВОЙ ИДЕЕ (КАК ПО «РЕЛЬСАМ») ДОБИРАТЬСЯ ДО СВОЕЙ ПРАКТИЧЕСКОЙ РЕАЛИЗАЦИИ И НАХОДИТЬ СВОЕГО ПОТРЕБИТЕЛЯ

1. Инновационные процессы
2. Инновации
3. Инновационная инфраструктура
4. Бизнес процессы
5. Бизнес инкубаторы

3. КЛЮЧЕВЫМ ЭЛЕМЕНТОМ ИННОВАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ЯВЛЯЕТСЯ:

1. Инновационные процессы
2. Инновации
3. Бизнес процессы
4. Технопарковые структуры
5. Сотрудники центров

4. КЛЮЧЕВЫМ ЭЛЕМЕНТОМ ИННОВАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ЯВЛЯЕТСЯ:

1. Информационно-технологические системы
2. Инновационные процессы
3. Инновации
4. Бизнес процессы
5. Сотрудники центров

5. МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ КОМПЛЕКСЫ, ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИЕ РАЗНООБРАЗНЫЕ УСЛУГИ НОВЫМ ИННОВАЦИОННЫМ ФИРМАМ, НАХОДЯЩИМСЯ НА СТАДИИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И СТАНОВЛЕНИЯ ЭТО

1. Бизнес центры
2. Инкубаторы
3. Технопарки
4. Технополисы
5. Наукограды

6. НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС, ГЛАВНАЯ ЗАДАЧА КОТОРОГО СОСТОИТ В ФОРМИРОВАНИИ МАКСИМАЛЬНО БЛАГОПРИЯТНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ НАУКОЕМКИХ ИННОВАЦИОННЫХ ФИРМ-КЛИЕНТОВ ЭТО

1. Бизнес центр
2. Инкубатор
3. Технопарк
4. Технополис
5. Наукоград

7. ЦЕНТРАЛЬНОЕ МЕСТО В СТРУКТУРЕ ТЕХНОПАРКА ОБЫЧНО ОТВОДИТСЯ

1. инновационно-технологическим центрам (ИТЦ)
2. экономическим отделам
3. статистическим отделам
4. учебным центрам
5. Выпускающим отделам

8. КРУПНЫЙ СОВРЕМЕННЫЙ НАУЧНО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ КОМПЛЕКС, ВКЛЮЧАЮЩИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИЛИ ДРУГИЕ ВУЗЫ, НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ИНСТИТУТЫ, А ТАКЖЕ ЖИЛЫЕ РАЙОНЫ, ОСНАЩЕННЫЕ КУЛЬТУРНОЙ И РЕКРЕАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРОЙ

1. Бизнес центр
2. Инкубатор
3. Технопарк
4. Технополис
5. Наукоград

**Эталоны ответов:**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *№ вопроса* | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* |
| *Правильный ответ* | *5* | *3* | *4* | *1* | *2* | *3* | *1* | *4* |

**Маркетинг инноваций**

1. НАИБОЛЕЕ ПОЛНОЕ УДОВЛЕТВОРЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ ПОТРЕБИТЕЛЯ ЗА СЧЕТ ТЩАТЕЛЬНОГО ИЗУЧЕНИЯ РЫНОЧНОГО СПРОСА, ПОТРЕБНОСТЕЙ И ОРИЕНТАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА НА ЭТИ ТРЕБОВАНИЯ ЯВЛЯЕТСЯ ОСНОВОПОЛАГАЮЩЕЙ ЦЕЛЬЮ

1. бизнес процессов
2. инновационного менеджмента
3. инновационной деятельности
4. маркетинга
5. мозгового штурма

2. АКТИВНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА РЫНОК И СПРОС В ЦЕЛЯХ ФОРМИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ПОКУПАТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ЯВЛЯЕТСЯ ОСНОВОПОЛАГАЮЩЕЙ ЦЕЛЬЮ

1. бизнес процессов
2. инновационного менеджмента
3. инновационной деятельности
4. маркетинга
5. мозгового штурма

3. СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГА ЗАКЛЮЧАЕТСЯ В СЛЕДУЮЩЕМ:

1. производство товаров и оказание услуг должно быть ориентировано на спрос, на согласование возможностей производства с требованиями рынка
2. производство товаров и оказание услуг не должно быть ориентировано на спрос
3. производство товаров и оказание услуг должно осуществляться, несмотря на отрицательные результаты проведенного маркетингового исследования
4. производство товаров и оказание услуг должно осуществляться в больших размерах, даже если объем рынка очень мал
5. производство товаров должно осуществляться, даже если товары в их реальном исполнении сконструированы не так, как надо

4. ОДНИМ ИЗ ПРИНЦИПОВ МАРКЕТИНГА ЯВЛЯЕТСЯ:

1. производить то, что нужно потребителю
2. производить не то, что нужно потребителю
3. производить то, что нужно руководителю фирмы
4. производить то, что неудачно рекламировали или назначили чересчур высокую цену
5. производить такой товар, который является неконкурентоспособным

**Эталоны ответов:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| *№ вопроса* | *1* | *2* | *3* | *4* |
| *Правильный ответ* | *4* | *4* | *1* | *1* |

**Интеллектуальная собственность и её правовая защита**

1. технические решения, используемые в различных отраслях промышленности, сельского хозяйства, медицины это

1. изобретения
2. полезные модели
3. промышленные образцы
4. программы для эвм
5. базы данных

2. техническое решение, относящееся к устройству это

1. изобретения
2. полезные модели
3. промышленные образцы
4. программы для эвм
5. базы данных

3. художественно-конструкторское решение изделия промышленного или кустарно-ремесленного производства, определяющее его внешний вид, или говорят - дизайн изделия это

1. изобретения
2. полезные модели
3. промышленные образцы
4. программы для эвм
5. базы данных

4. представленная в объективной форме совокупность данных и команд, предназначенных для функционирования ЭВМ в целях получения определенного результата это

1. изобретения
2. полезные модели
3. промышленные образцы
4. программы для эвм
5. базы данных

5. представленная в объективной форме совокупность самостоятельных материалов, систематизированных таким образом, чтобы эти материалы могли быть найдены и обработаны с помощью ЭВМ это

1. изобретения
2. полезные модели
3. промышленные образцы
4. программы для эвм
5. базы данных

6. обозначения, служащие для индивидуализации товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг юридических лиц или индивидуальных предпринимателей это

1. ноу-хау
2. товарный знак
3. патент
4. промышленный образец
5. модель

7. Поиск патентной информации в сети Интернет осуществляется на сайте

1. роспатента
2. кокрановкого сообщества
3. pubmed
4. журнала медицинских инноваций
5. всероссийской электронной библиотеки elibrary

**Эталоны ответов:**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *№ вопроса* | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* |
| *Правильный ответ* | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *2* | *1* |

**Управление инновационной организацией**

1. ИННОВАЦИИ И ОСВОЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ЯВЛЯЕТСЯ ЧАСТЬЮ СТРАТЕГИИ

1. инновационной организации
2. научной организации
3. высшего учебного заведения
4. школы
5. промышленной организации

2. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗНАНИЙ И ИНТЕЛЛЕКТА ВСЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ ХАРАКТЕРНО ДЛЯ

1. бюджетной организации
2. коммерческой фирмы
3. инновационной организации
4. промышленной организации
5. административной организации

3. ВЫБЕРИТЕ ЛОЖНОЕ УТВЕРЖДЕНИЕ. РЕСУРСАМИ ИННОВАЦИОННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ЯВЛЯЮТСЯ:

1. поставщики
2. конкуренты
3. ее партнеры
4. работники и их компетенции
5. только лаборатории, офисные помещения, оборудование

4. активы, которыми необходимо систематически управлять для повышения эффективности их использования это

1. денежные средства инновационной организации
2. ресурсы инновационной организации
3. бизнес процессы инновационной организации
4. помещения инновационной организации
5. техническое оборудование инновационной организации

5. Тип вознаграждения сотрудников инновационной организации, при котором им предоставлена возможность заниматься любимым делом, работать по своему усмотрению носит название:

1. материальное
2. служебное продвижение
3. социальный стимул
4. имманентное
5. индивидуальное

6. Тип вознаграждения сотрудников инновационной организации, при котором работники признаются передовиками, носит название:

1. материальное
2. служебное продвижение
3. социальный стимул
4. имманентное
5. индивидуальное

7. Тип культуры организации, при которой поддерживается инновационная деятельность характерен для:

1. бюджетной организации
2. коммерческой фирмы
3. инновационной организации
4. промышленной организации
5. административной организации

8. организация, в которой характерна ориентация на непрерывное обучение и изменения носит название:

1. бюджетной организации
2. коммерческой фирмы
3. инновационной организации
4. промышленной организации
5. административной организации

9. Любой инновационный проект начинается с:

1. новой идеи
2. производства инновационного продукта
3. поиска финансирования
4. прикладных научных исследований
5. рыночных испытаний (пробный маркетинг)

10. структура инновационной организации является

1. иерархической
2. линейной
3. подвижной, изменяющейся
4. круговой
5. смешанной

**Эталоны ответов:**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *№ вопроса* | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* | *9* | *10* |
| *Правильный ответ* | *1* | *3* | *5* | *2* | *4* | *3* | *3* | *3* | *1* | *3* |

Утверждено на кафедральном заседании

протокол №2 от «20» октября 2012 г.

Заведующий кафедрой

д.м.н. проф. \_\_\_\_\_\_\_\_\_ Россиев Д.А.