

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Красноярский государственный медицинский университет
имени профессора В.Ф. Войно-Ясенецкого"
Министерства здравоохранения Российской Федерации
Кафедра управления и экономики здравоохранения ИПО

Инновационный менеджмент

Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

по специальности

34.04.01 Управление сестринской деятельностью (очная форма обучения)

Красноярск

2022

Составители: А.В.Беляева, Е.Г.Мягкова

Инновационный менеджмент : фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по специальности 34.04.01 Управление сестринской деятельностью (очная форма обучения). / сост. А.В.Беляева, Е.Г.Мягкова. – Красноярск : тип. КрасГМУ, 2022. – 28 с.

Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации является неотъемлемой частью учебно-методического комплекса дисциплины ОПОП ВО. Составлен в соответствии с ФГОС ВО 2020 по специальности 34.04.01 Управление сестринской деятельностью, рабочей программой дисциплины (2022 г.) и СТО СМК 7.5.03/1-21. Выпуск 3.

Рекомендован к изданию по решению ЦКМС (Протокол № 11 от 29 июня 2022 г.)

© ФГБОУ ВО КрасГМУ
им. проф. В.Ф.Войно-Ясенецкого
Минздрава России, 2022

Вопросы

Критерии оценки для оценочного средства: Вопросы

Показатель оценки результатов обучения	Уровень сформированности компетенции	Шкала оценивания
Обучающийся показывает всесторонние и глубокие знания программного материала, знание основной и дополнительной литературы; последовательно и четко отвечает на вопросы и дополнительные вопросы; демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, делать правильные выводы, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала; подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой	Повышенный	5 - "отлично"
Обучающийся показывает полное знание программного материала, основной и дополнительной литературы; дает полные ответы на теоретические вопросы и дополнительные вопросы, допуская некоторые неточности; правильно применяет теоретические положения к оценке практических ситуаций; демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой	Базовый	4 - "хорошо"
Обучающийся показывает знание основного материала в объеме, необходимом для предстоящей профессиональной деятельности; при ответе на вопросы и дополнительные вопросы не допускает грубых ошибок, но испытывает затруднения в последовательности их изложения; не в полной мере демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне	Пороговый	3 - "удовлетворительно"
Обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине; не способен аргументированно и последовательно его излагать, допускает грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на дополнительные вопросы или затрудняется с ответом; не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой - Оценка «2» (неудовлетворительно)	-/-	2 - "неудовлетворительно"

1. Перечислить методы генерирования инноваций

1) Метод 6-ти шляп, метод контрольных вопросов, метод фокальных объектов, метод ментальных карт, метод аналогий, метод свободных ассоциаций, морфологический анализ, метод инверсий, триз

УК-2.1 , УК-2.3

2. Перечислить инструменты осуществления маркетинговой коммуникации

1) Паблик рилейшнз, компания стимулирования продаж (торговый маркетинг), вид офисов продаж, работа персонала в отделениях, выставки, спонсорство, интернет, вирусный маркетинг, личные продажи, корпоративная узнаваемость, неформальное мнение (экспертов потребителей)

УК-2.1 , УК-2.3

3. Что такое бизнес процесс? Каково значение бизнес процессов в управлении организаций?

1) Последовательность действий (шагов, этапов, функций), совершаемых в заданном порядке и направленных на достижение некоторой цели организации, получения конечного продукта. Внедрение процессного подхода позволяет компаниям повысить эффективность работы, предоставлять новые услуги и продукты без увеличения штата сотрудников, сократить время и снизить издержки при обслуживании клиентов.

УК-2.1

4. Что может являться инвестициями? Приведите виды инвесторов.

1) Денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности. Цель инвестиций - получение прибыли и (или) достижение иного полезного эффекта. Любое новшество должно быть инвестиционно привлекательным и конкурентоспособным на рынке капитала. Виды инвесторов: бизнес ангелы, венчурные фонды, крупные фонды, корпорации, государственные фонды (выдают гранты), бизнес инкубаторы, технопарки

ПК-4.3

5. Что такое интеллектуальная собственность?

1) Интеллектуальная собственность - творения человеческого разума: изобретения, литературные и художественные произведения, символику, названия и изображения, используемые в торговле

УК-2.2

6. Перечислить объекты интеллектуальной собственности

1) Произведения науки, литературы и искусства, программы для ЭВМ, базы данных для ЭВМ, исполнения, фонограммы, сообщение в эфир или по кабелю радио- и теле- передач, изобретения, полезные модели, промышленные образцы, селекционные достижения, топологии интегральных микросхем, секреты производства (ноу-хау), фирменные наименования, товарные знаки и знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров, коммерческие обозначения

УК-2.2

7. Что такое маркетинг?

1) Маркетинг - совокупность всех видов предпринимательской деятельности, обеспечивающей продвижение товаров и услуг от производителей к потребителям, а также изучение положения, предпочтений и установок потребителей и систематическое использование этой информации для создания новых потребительских товаров и услуг

УК-2.2

8. Укажите признаки не инновационных организаций

1) Нет четкого и вдохновляющего видения будущего, недостаток лидерских качеств у сотрудников, корпоративная культура не вдохновляет людей, большая бюрократия, недостаток

инициативы как сверху, так и снизу, слабая система оповещения о стратегических устремлениях, слабое кросс-функциональное сотрудничество, слабая командная работа, слабое управление знаниями и идеями

ПК-4.3 , УК-2.1 , УК-2.2 , УК-2.3

1. Что такое инновационный менеджмент?

1) Инновационный менеджмент - это управление научной, научно-технической, производственной деятельностью и интеллектуальным потенциалом персонала фирмы с целью совершенствования производимого или освоения нового продукта (услуги), а также способов, организации и культуры его производства и на основе этого удовлетворение потребностей общества в конкурентоспособных товарах и услугах.

УК-2.1 , УК-2.3

2. Что такое инновация?

1) Инновация - конечный результат деятельности по проведению нововведений, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного процесса, используемого в организационной деятельности, нового подхода к социальным проблемам. Инновационный процесс это деятельность, в которой изобретение или предпринимательская идея получают экономическое содержание.

УК-2.1

3. Что такое инициация инновации?

1) Инициация инновации - научно-техническая, экспериментальная, или организационная деятельность, целью которой является зарождение инновационного процесса.

УК-2.1

Индивидуальное домашнее задание

Критерии оценки для оценочного средства: Индивидуальное домашнее задание

Показатель оценки результатов обучения	Уровень сформированности компетенции	Шкала оценивания
--	--------------------------------------	------------------

<p>Полно раскрыто содержание материала; материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности; продемонстрировано системное и глубокое знание программного материала; точно используется терминология; показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков; продемонстрирована способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач; продемонстрировано знание современной учебной и научной литературы</p>	Повышенный	5 - "отлично"
<p>Вопросы излагаются систематизированно и последовательно; продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер; продемонстрировано усвоение основной литературы; в изложении допущены небольшие пробелы, не искавшие содержание; допущены один - два недочета при освещении основного содержания, исправленные по замечанию преподавателя</p>	Базовый	4 - "хорошо"
<p>Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; усвоены основные категории по рассматриваемому вопросу; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии; при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации; продемонстрировано усвоение основной литературы</p>	Пороговый	3 - "удовлетворительно"
<p>Не раскрыто основное содержание учебного материала; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов; не сформированы компетенции, умения и навыки</p>	-/-	2 - "неудовлетворительно"

1. 2. Методика генерирования идей. Выбрать один из методов генерирования идей.

1) Задание по методу: а) очень подробно изучить технологию метода; б) придумать проблему, которая будет решаться с использованием данного метода (проблема должна быть актуальна, приближена к профессиональной деятельности); в) отработать технологию проведения метода в не учебное время (в домашних условиях с родными, друзьями и т.п.), хорошо знать правила проведения игры; г) подготовить презентацию, в которой необходимо осветить такие аспекты, как история становления метода, автор метода, в каких целях применяется данный метод, описание технологии; д) провести игру в рамках аудиторного занятия.

УК-2.1 , УК-2.3

2. 3. Перейдите по ссылке <http://www.rupto.ru/activities/objects> (сайт Федеральной службы по интеллектуальной собственности (Роспатент)) и ответьте на вопросы письменно в тетради:

1) Каковы условия патентоспособности для изобретения, полезной модели и промышленного образца? б. Каковы сроки действия патента на изобретение, полезную модель и промышленный образец? в. Обозначьте процедуру патентования и её этапы. г. Что входит в состав заявки изобретения, полезной модели и промышленного образца? д. Какие существуют способы подачи заявки на изобретение, полезную модель и промышленный образец? 4. Перейдите по ссылке http://www1.fips.ru/wps/wcm/connect/content_ru/ru/about/ip и прочитайте комиксы «Товарные знаки», «Патенты», «Авторское право».

2) Заполните таблицу примерами

1) Условия патентоспособности для изобретения, полезной модели и промышленного образца - новизна, изобретательский уровень, промышленная применимость, оригинальность и другое. Для каждого объекта патентного права установлены определенные сроки действия патента (ст. 1363 ГК РФ). Срок действия патента на изобретение - 20 лет с даты подачи заявки. Дополнительный патент на изобретение - для изобретений, относящихся к лекарственному средству, пестициду или агрохимикату, для применения которых требуется получение разрешения, срок действия патента может быть продлен не более чем на 5 лет (Порядок выдачи и действия дополнительного патента на изобретение и продления срока действия патента на изобретение или промышленный образец устанавливается федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим нормативно-правовое регулирование в сфере интеллектуальной собственности.) Срок действия патента на полезную модель - 10 лет с даты подачи заявки. Срок действия патента на промышленный образец - 5 лет с даты подачи заявки. Срок может быть продлен на 5 лет по ходатайству патентообладателя, но не более чем на 25 лет. Процедура патентования и её этапы Патентование можно разделить на 4 этапа: 1. Составление заявки на получение патента и подача заявки в патентное ведомство. 2. Проведение формальной экспертизы. 3. Проведение экспертизы заявки по существу. 4. Выдача патента. Оформление заявки на выдачу патента и дальнейшее взаимодействие с патентным ведомством может осуществлять как сам заявитель - физическое или юридическое лицо, так и его представитель или патентный поверенный. При подготовке заявки необходимо руководствоваться §5 Главы 72 ГК РФ и соответствующими административными регламентами.

2) Программа для ЭВМ: «IRONWORLD BOOKSTORE for ANDROID» Реферат: Программа предназначена для использования в мобильных устройствах, а также в других устройствах, работающих под управлением операционной системы Android. Основные функции: программа позволяет загружать, скачивать и использовать книги для чтения с онлайн-площадки книг. Язык программирования: Java Объем программы для ЭВМ: 50 Мб

2. Заполните таблицу

Объекты интеллектуальной собственности	Пример
Объекты авторского права:	
литературные произведения	
музыкальные произведения	
художественные произведения	
программы для ЭВМ	
базы данных	
Объекты патентного права:	
изобретение	
полезная модель	
промышленный образец	
селекционное достижение	
Средства индивидуализации:	
товарные знаки (словесные)	
товарные знаки (изобразительные)	
товарные знаки (комбинированные)	
товарные знаки (именные)	
товарные знаки (девизы)	
фирменное наименование	
наименование места происхождения товара	
Ноу-хау	

УК-2.2

3. Маркетинг. Описание способа продвижения товаров или услуг на рынке.

1) Выберите любой способ и опишите его, приведите примеры. 1. Паблик рилейшнз. 2. Компания стимулирования продаж (торговый маркетинг). 3. Вид офисов продаж. 4. Работа персонала в отделениях. 5. Выставки. 6. Спонсорство. 7. Интернет. 8. Вирусный маркетинг. 9. Личные продажи. 10. Корпоративная узнаваемость. 11. Неформальное мнение (экспертов потребителей). Задание выполняется в форме презентации. Требования к оформлению презентации: Презентация должна содержать ряд обязательных слайдов: • Титульный лист: • План: • Основная часть: • Список литературы: • Вежливость: Оформление слайдов: • Выбрать единый фон оформления (цвет фона и текста должны быть контрастными, приветствуется белый фон с декорациями, либо холодный). • Информация на слайдах должна быть структурирована (слайд может содержать ключевое положение, классификацию, объяснение, ситуацию, пример из жизни, цитату, статистические данные, анекдот, шутку, байку, мораль, вывод и др.) • Использовать шрифт без засечек (например, Arial), текст не более 40-50 слов на слайде. • Каждый слайд должен иметь заголовок (он должен быть выделен каким либо образом, например, иметь больший размер, чем остальной текст на слайде), в заголовках точки не ставятся. • Обязательное наличие изображений в презентации. Изображения должны быть выделены, например, обрамлены рамкой или использованы какие либо «эффекты для рисунка». • Активно использовать схемы, диаграммы, объекты SmartArt. • Анимация и звук должны быть профессиональными, используются только в случае необходимости

1) Пример: Интернет. Маркетинговые коммуникации в интернете. Интернет сегодня стал равноправным инструментом маркетинга. По сравнению с традиционными маркетинговыми инструментами его отличают следующие свойства: интернет предоставляет возможность получения максимально эффективной и полной информации об объекте рекламы; интернет - диалоговая среда с исключительно разнообразными средствами воздействия на пользователей Сети, причем пользователь может играть не только пассивную, но и активную роль; интернет предоставляет рекламодателю самый эффективный по возможностям и стоимости способ фокусированного воздействия на целевую аудиторию и конкретных пользователей. Основными инструментами рекламы в интернете являются: баннерная реклама - размещение графических, текстовых блоков и других носителей на популярных и тематических Web-сайтах; одно из наиболее широко используемых средств рекламирования Web-сайта и привлечения посетителей, а также хороший инструмент имиджевой рекламы; реклама с использованием электронной почты, а также основанных на ее механизмах службах Интернета - списков рассылки и дискуссионных листов; регистрация сайта в Web-каталогах и индексация ресурса поисковыми системами; реклама с использованием служб телеконференций и досок объявлений, форумов, партнерских программ и т.д.

УК-2.2

Ситуационные задачи

Критерии оценки для оценочного средства: Ситуационные задачи

Показатель оценки результатов обучения	Уровень сформированности компетенции	Шкала оценивания
--	--------------------------------------	------------------

<p>Полно раскрыто содержание материала; материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности; продемонстрировано системное и глубокое знание программного материала; точно используется терминология; показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков; продемонстрирована способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач; продемонстрировано знание современной учебной и научной литературы</p>	Повышенный	5 - "отлично"
<p>Вопросы излагаются систематизированно и последовательно; продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер; продемонстрировано усвоение основной литературы; в изложении допущены небольшие пробелы, не искавшие содержание; допущены один - два недочета при освещении основного содержания, исправленные по замечанию преподавателя</p>	Базовый	4 - "хорошо"
<p>Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; усвоены основные категории по рассматриваемому вопросу; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии; при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации; продемонстрировано усвоение основной литературы</p>	Пороговый	3 - "удовлетворительно"
<p>Не раскрыто основное содержание учебного материала; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов; не сформированы компетенции, умения и навыки</p>	-/-	2 - "неудовлетворительно"

1. Ситуационная задача №1: Вы хотите открыть свой бизнес. С просьбой о финансировании своего проекта вы обратились в бизнес-инкубатор.

1) Что такое бизнес-инкубатор?

2) Какие основные услуги должен обеспечивать бизнес-инкубатор?

Ответ 1: По российскому законодательству, бизнес-инкубатор — это «организация, решающая задачи, ограниченные проблемами поддержки малых, вновь созданных предприятий и начинающих предпринимателей, которые хотят, но не имеют возможности начать своё дело, связанные с оказанием им помощи в создании жизнеспособных коммерчески выгодных продуктов и эффективных производств на базе их идей».

Ответ 2: Бизнес-инкубатор обеспечивает оказание следующих основных услуг: предоставление в аренду (субаренду) субъектам малого предпринимательства нежилых помещений бизнес-инкубатора; осуществление технической эксплуатации здания (части здания) бизнес-инкубатора; почтово-секретарские услуги; консультационные услуги по вопросам налогообложения, бухгалтерского учёта, кредитования, правовой защиты и развития предприятия, бизнес-планирования, повышения квалификации и обучения; доступ к информационным базам данных.

ПК-4.3 , УК-2.1 , УК-2.2 , УК-2.3

2. Ситуационная задача №2: Инновация является реализованным на рынке результатом, полученным от вложения капитала в новый продукт или операцию (технология, процесс). Поэтому при всем разнообразии рыночных новшеств важным условием для их практической реализации в каком-либо деле является привлечение инвестиций в достаточном объеме.

1) Что понимается под финансированием инновации?

2) Какие существуют формы финансирования инновационной деятельности?

Ответ 1: Под системой финансирования инновационной деятельности (СФИД) следует понимать совокупность взаимосвязанных посредством финансовых отношений и механизмов субъектов и институтов, участвующих в финансировании инновационной деятельности. Механизм финансирования инноваций – система финансовых методов и инструментов, направленная на финансовое обеспечение инновационных проектов и фирм посредством преобразования и перераспределения финансовых ресурсов, необходимых для создания и внедрения инноваций. Финансирование инноваций предполагает поиск источников финансирования и их дальнейшее использование.

Ответ 2: Существуют следующие формы финансирования инновационной деятельности: 1. Собственные средства предприятия 2. Государственное финансирование. 3. Акционерное финансирование. 4. Банковские кредиты. 5. Венчурное финансирование. 6. Лизинг. 7. Форфейтинг. 8. Франчайзинг 9. Смешанное финансирование.

ПК-4.3 , УК-2.1 , УК-2.2 , УК-2.3

3. Ситуационная задача №3: Вы получили задание подготовить реферат. Реферат Вы составляете из информации взятой с нескольких источников (книг, сайтов) с указанием в реферате источников.

1) Является ли это нарушением авторского права?

2) Что такое авторское право?

Ответ 1: Нет, вы являетесь автором реферата. Граждане являются авторами обработки, даже если не создан сборник, иное составное произведение (например, антология, база данных и т.п.).

Ответ 2: Авторское право — в объективном смысле — институт гражданского права, регулирующий правоотношения, связанные с созданием и использованием (изданием, исполнением, показом и т. д.) произведений науки, литературы или искусства, то есть объективных результатов творческой деятельности людей в этих областях. Программы для ЭВМ и базы данных также охраняются авторским правом. Они приравнены к литературным произведениям и сборникам, соответственно[1]. Название «авторское право» является условным, так как закон регулирует и охраняет права «правообладателя», а не автора.

ПК-4.3 , УК-2.1 , УК-2.2 , УК-2.3

4. Ситуационная задача №4: Сотрудник, работающий в компании по трудовому договору, по своей инициативе в рабочее время нарисовал для нее логотип (авторское произведение – объект графики). Создание логотипов в трудовые обязанности сотрудника не входило. Данный логотип компания зарегистрировала в качестве изобразительного товарного знака и получила соответствующее свидетельство.

1) Прочитайте пункт 9 статьи 1483 ГК РФ.

2) Сможет ли дизайнер требовать отмены регистрации данного знака?

Ответ 1: Не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные:

Ответ 2: Да, потому что исключительное право на производство графики не перешло компании, а товарный знак не должен нарушать чужих авторских прав.

УК-2.2

5. Ситуационная задача №5: В связи с выполнением конкретного задания работодателя работник-инженер в нерабочее время 28 сентября 2016 года разработал устройство для спутникового мониторинга местоположения групп и отдельных людей, о чем письменно уведомил работодателя. Работодатель ничего работнику по поводу этой разработки не сообщал, а 24 февраля 2017 года подал в отношении нее в Роспатент заявку на выдачу патента на полезную модель, указав работника в качестве автора и выплатив ему вознаграждение, оговоренное в трудовом договоре. Впоследствии патент работодателю на эту полезную модель был выдан, работодатель принял исключительное право на нее к бухгалтерскому учету и предоставил право ее использования своему партнеру, который начал производство таких устройств

1) Вправе ли инженер оспаривать выдачу патента

2) Вправе ли инженер требовать от работодателя компенсаций за нарушение исключительного права инженера на данную разработку?

Ответ 1: Инженер вправе оспаривать выдачу патента так, как право на выдачу патента вернулось к автору-изобретателю

Ответ 2: да

УК-2.2

6. Ситуационная задача №6: Специализированная мебельная фирма ИКЕА, являющаяся ведущей на рынке мебели Швеции и владеющая 28% этого рынка, обнаружила в 1974 г. новые рыночные возможности на стагнирующем рынке Западной Германии. Распространение маркетинговой концепции, которая применялась на шведском рынке (весь ассортимент ориентирован на широкие целевые группы) не проявило себя в Германии слишком обещающе, особенно по причине полного захвата тамошнего рынка конкурентами. Поэтому руководство фирмы ИКЕА решило нацелить свою деятельность на новые группы потребителей с использованием инновационно-сбытовой и сегментационной стратегии. Цель такой стратегии — использование соответствующей специфической рыночной ситуации в ФРГ до 1980 г. Десять магазинов фирмы должны были достигнуть годового оборота в 500 млн. немецких марок ежегодно. Основные черты новой маркетинговой концепции: Ориентация на новый целевой сегмент, выделенный по психологическому и поведенческому критерию: люди, которые чувствуют себя молодыми и характеризуются подвижностью, высокими требованиями к дизайну и к качеству, хозяйственной рассудительностью, интеллигентным покупательским поведением. 2. Новая единая (и отвечающая целевому сегменту) идея товаров и услуг. ИКЕА работает при помощи своих заказчиков, которые берут часть услуг на себя (например, сами транспортируют и монтируют продукцию): «невероятное вероятно: хороший дизайн и качество — за низкую цену». 3. Коммуникация, основные аргументы: «Заказчик ИКЕА должен ощущать определенный статус. Это означает, что он выделяется интеллигентным покупательским поведением, коммуникабельностью при оформлении покупки, высоким эстетическим вкусом». Одновременно с удовлетворением заказчика должны быть достигнуты высокая степень известности марки фирмы, эффект мотивации покупки и высокая степень идентификации. 4. Распределение: размещение 10 магазинов с выгодой в ценовом аспекте вблизи крупных городских агломераций.

1) Приведите примеры организаций (коммерческих фирм), осуществляющих успешную маркетинговую концепцию.

2) Опишите основные черты маркетинговой концепции данной организации.

Ответ 1: Coca-Cola

Ответ 2: Основные черты новой маркетинговой концепции компании Coca-Cola: Общая маркетинговая стратегия основана на агрессивной стратегии трех «П»: • **Повсеместность.** Лучшая реклама - наличие продукции компании «Coca-Cola» на полках любой торговой точки продающей продукты питания, то есть присутствие повсеместно, занятие как можно больше места на прилавке, расположение “на расстоянии вытянутой руки”, одним словом везде и всюду. • **Приемлемость/Адекватность.** Стремление сделать продукт доступным по цене всем слоям населения, то есть адекватность доходам. Напиток не должен быть предметом роскоши, он должен быть продуктом массового потребления. В противовес более дешевым напиткам делается упор на качество продукта. • **Предпочтительность.** Следует создавать первоочередной спрос, организовывать мероприятия по продвижению таким образом, чтобы продукт не только нравился, но и четко позиционировался в сознании покупателя на первое место. При появлении импульса покупки (при появлении жажды, при появлении торговой марки напитка в области зрения) у человека должно возникать желание приобрести продукт. Рекламная стратегия и мерчендайзинг - неотъемлемая часть общей маркетинговой стратегии. Рекламная стратегия компании «Coca-Cola» осуществляется по двум основным направлениям: • **Создание и поддержание торговой марки компании, имиджа** через средства массовой информации путем разработки рекламных роликов, размещение имиджевой рекламы в популярных печатных изданиях, организации рекламных промоушенов; • **Мерчендайзинг торговых точек** - размещение рекламных материалов и фирменного торгового оборудования в торговых точках, обеспечение выкладки продукции на прилавках по определенным стандартам.

УК-2.3 , УК-2.1 , УК-2.2

7. Ситуационная задача №7: Антонов - единственный автор разработки - раскрыл ее суть в докладе на конференции. Доклад был опубликован 01 февраля 2016 г. Далее, 18 февраля 2017 г. Антонов обратился к патентному поверенному за услугами по оформлению заявки на регистрацию данной разработки как изобретения в Роспатенте. Патентный поверенный заявил о непатентоспособности данной разработки, поскольку она уже известна из уровня техники, т.к. информация о ней была раскрыта в опубликованном докладе.

1) Прочтите пункт 3 статьи 1350 ГК РФ.

2) Прав ли патентный поверенный?

Ответ 1: Раскрытие информации, относящейся к изобретению, автором изобретения, заявителем либо любым получившим от них прямо или косвенно эту информацию лицом (в том числе в результате экспонирования изобретения на выставке), вследствие чего сведения о сущности изобретения стали общедоступными, не является обстоятельством, препятствующим признанию патентоспособности изобретения, при условии, что заявка на выдачу патента на изобретение подана в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности в течение шести месяцев со дня раскрытия информации. Бремя доказывания того, что обстоятельства, в силу которых раскрытие информации не препятствует признанию патентоспособности изобретения, имели место, лежит на заявителе.

Ответ 2: Да, т.к. Раскрытие информации, относящейся к изобретению, автором изобретения, заявителем либо любым получившим от них прямо или косвенно эту информацию лицом (в том числе в результате экспонирования изобретения на выставке), вследствие чего сведения о сущности изобретения стали общедоступными, не является обстоятельством, препятствующим признанию патентоспособности изобретения, при условии, что заявка на выдачу патента на изобретение подана в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности в течение шести месяцев со дня раскрытия информации.

8. Ситуационная задача №8: При проведении опытно-конструкторской работы в лаборатории научно-исследовательского института научный сотрудник Матвеев изобрел новое медицинское устройство. Заведующий этой лабораторией Карпов потребовал указать в качестве авторов изобретения не только Матвеева, но и его, Карпова, поскольку он осуществлял общее руководство данной работой, контролировал ход ее выполнения и оказывал Матвееву всяческое организационное и материальное содействие, вникал в суть разработки и давал ценные советы. Матвеев согласился на это при условии, что это будет оформлено договором и за это ему будет заплачено. Карпов и Матвеев подписали соглашение, из которого следовало, что стороны признают, что они являются соавторами изобретения, и было дано описание изобретения. Оговоренную сумму Карпов немедленно передал Матвееву. Институт оформил на данное изобретение патент, в котором обладателем исключительного права на изобретение был указан институт, а авторами изобретения были указаны Матвеев и Карпов. Впоследствии Матвеев поссорился с Карповым и решил добиться исключения указания на авторство Карпова из патента.

- 1) Какой законом регулируется данное право
- 2) Выберите правильную юридическую оценку описанной ситуации.

Ответ 1: Гражданский кодекс РФ

Ответ 2: Подать иск, признать недействительным патент частично, аннулировать его с даты подачи заявки и выдать новый патент с указанием в качестве авторов/патентообладателей определенных (указать каких именно) лиц/организаций.

9. Ситуационная задача №9: По данным одного из исследований, на рынке товаров широкого потребления терпят неудачу 40% всех предлагаемых новинок, на рынке товаров промышленного назначения — 20, а на рынке услуг — 18%. Особенно тревожен уровень неудач новых товаров широкого потребления.

- 1) Почему терпят неудачу новинки?
- 2) Приведите пример, конкретной фирмы, которая была успешной на этапе первоначального выпуска продукции, однако в дальнейшем терпела неудачи и по каким именно причинам

Ответ 1: Причин может быть несколько. Высокопоставленный руководитель может «протолкнуть» милую своему сердцу идею, несмотря на отрицательные результаты проведенного маркетингового исследования. В другом случае сама идея была хороша, но явно переоценили объем рынка. Может оказаться, что товар в его реальном исполнении сконструирован не так, как надо. А возможно, его неправильно позиционировали на рынке, неудачно рекламировали или назначили на него чересчур высокую цену. В ряде случаев затраты на разработку товара оказываются гораздо выше расчетных, а иногда ответный удар конкурентов оказывается сильнее, чем ожидали

Ответ 2: Возьмем для примера фирму "Coca-Cola". Её считают высокоответственной корпорацией, которая производит прекрасные безалкогольные напитки, удовлетворяющие вкусам потребителей. Однако группы защиты интересов потребителей и защитников окружающей среды предъявляют ей следующие обвинения: 1. Напиток кока-кола даёт потребителям малую питательную ценность. 2. Содержащиеся в кока-коле сахар и фосфорная кислота наносят вред зубам. 3. Бромированное растительное масло, применяемое в напитках типа кола, исключено из списка продуктов, признаваемых Управлением по контролю за качеством пищевых продуктов, медикаментов и косметических средств "в целом безвредными".

4. В ряде случаев отмечалось, что содержащийся в напитках кола кофеин вызывает судороги, бессонницу, желудочно-кишечные расстройства, а также возможные повреждения на клеточном уровне. 5. Применение сахарина, входящего в состав диетического безалкогольного напитка "Таб" фирмы "Кока-кола", запрещено Управлением по контролю за качеством пищевых продуктов, медикаментов и косметических средств. 6. Индустрия безалкогольных напитков все шире использует необоротные, не подлежащие возврату бутылки. 1. Необоротные бутылки - это огромные непроизводительные затраты ресурсов. Ведь требуется 17 необоротных бутылок, тогда как многооборотная бутылка могла бы совершить 17 циклов "продавец - покупатель - продавец" до того, как придет в негодность. Многие из необоротных бутылок сделаны из материалов, не поддающихся биохимическому разложению, и зачастую являются факторами загрязнения окружающей среды.

УК-2.1 , УК-2.2 , УК-2.3

10. Ситуационная задача №10: Такие меры, как корпоративные праздники, чествование и поздравления сотрудников, профессиональные соревнования, создание системы карьерного роста, обучение и развитие персонала обычно рассматривают как моральные способы стимулирования труда. Однако все это приносит затраты, которые в отдельных организациях бывают сопоставимы с оплатой труда. С другой стороны, размеры и структура оплаты труда несут в себе сигналы, сообщения работникам о том, как компания относится к ним. Так, если вознаграждение строится полностью на основе принесенного работником результата (процент от заключенных им сделок), компания сообщает своему персоналу: «Вы интересуете нас только в качестве механизма получения прибыли». Естественно, сотрудники такого предприятия будут сохранять лояльность к нему только до тех пор, пока конкуренты не предложат им более выгодные условия. И наоборот, годовой бонус по результатам работы компании несет в себе сообщение: «Мы все — одна команда, и работаем на общий результат». Разнообразный и содержательный социальный пакет сообщает работникам о том, что работодатель уважает их, с пониманием относится к их нуждам потребностям. Почему бы просто не раздать работникам средства, идущие на содержание социального пакета? Потому, что монетарные выплаты не несут в себе такого позитивного психологического содержания. В конечном итоге они растворяются в семейном бюджете и не оставляют у работника приятных воспоминаний.

1) По каким признакам следует судить о том, насколько эффективна система стимулирования труда на предприятии?

2) Чем достигается эффективность системы стимулирования персонала?

Ответ 1: О том, насколько эффективна система стимулирования труда на предприятии, можно судить по следующим признакам. • Адекватный уровень качества и производительности труда. В организациях со слабой или дефектной системой стимулирования труда всегда наблюдается низкая трудовая дисциплина, абсентеизм, потери рабочего времени, низкое качество продукции, плохое обслуживание клиентов, а то и сознательный саботаж. Там царит общее настроение: «Как нам платят, так мы и работаем». • Стабильный кадровый состав, незначительная текучесть персонала. Как правило, удовлетворенные стимулированием труда работники привязаны к своему предприятию. Однако, этого критерия еще не достаточно: возможно, рынок труда характеризуется дефицитом рабочих мест. • Сильные работники остаются, слабые уходят. Система стимулирования должна поддерживать лучших работников и «вымывать» из организации худших. В противном случае может оказаться, что на предприятии останутся только те, кому некуда больше идти. • Вакансии заполняются без проблем. Это означает, что предприятие выглядит на рынке труда как привлекательный работодатель, что невозможно при неудовлетворительной системе стимулирования. Дурным признаком является ситуация, когда сложности с заполнением вакансий приводят к снижению прибылей предприятия из-за незаполненных рабочих мест. • Отсутствие (или приемлемый низкий уровень) хищений и злоупотреблений со стороны персонала. Люди, зарабатывающие ниже приемлемого для них

уровня и/или ниже среднего уровня рынка труда, практически неизбежно будут пытаться восполнить свои доходы за счет хищений денежных средств и ТМЦ, взяток, или других способов «левого заработка» за счет работодателя или клиентов компании. Тревожным симптомом является ситуация, когда работники упорно «держатся» за свои места, притом, что организация им явно недоплачивает. Философия работодателя «Они воруют то, что мы им недоплачиваем» ущербна, поскольку потери от злоупотреблений персонала многократно превышают «экономии» на оплате труда. Это не означает, однако, что злоупотребления — следствие дефектной системы стимулирования. Нередки случаи, когда к ним прибегают и вполне материально обеспеченные работники

Ответ 2: Эффективность системы стимулирования персонала достигается следующим: • **Управляемость.** Руководство предприятия должно держать в руках бразды правления системой стимулирования, понимать ситуацию и перспективы ее развития на ближайшие периоды, иметь однозначный ответ на вопрос: почему мы платим работникам именно столько, и именно в такой системе. Противоположностью является распространенная ситуация, когда вместо системы в организации царствует исторически сложившееся «лоскутное одеяло» индивидуальных договоренностей менеджмента с работниками, и никто не в состоянии сказать, откуда оно взялось. Зато обычно все недовольны: владельцы бизнеса — затратами, а персонал — вознаграждением. • **Соответствие целям предприятия.** Система стимулирования должна побуждать работников к поведению, выгодному для предприятия, а не наоборот. Легенда гласит, что царь Соломон платил своему придворному лекарю, только пока был здоров. Легко представить, что делал бы эскулап при иной системе вознаграждения, и какие последствия это имело бы для его работодателя. • **Сочетание материальных и моральных факторов стимулирования.** Как мы уже видели, разделение этих двух групп факторов не абсолютно: они плотно взаимодействуют между собой. Эффективная система мотивирования персонала должна сочетать и те, и другие факторы. • **Понятность для персонала.** Работники должны видеть для себя материальные последствия эффективного и качественного труда. Стимулирование не работает, а напротив, вызывает недовольство и раздражение, если наблюдается «уравниловка», хорошая работа не поощряется, а плохая остается безнаказанной. • **Справедливость.** Вознаграждение должно определяться результатами и качеством работы, а также другими факторами, делающими работника объективно ценным для организации. Оно не должно быть связано с чьими-то личными симпатиями или антипатиями. • **Соответствие рынку труда.** Предприятие должно отслеживать ситуацию на рынке труда и своевременно корректировать систему стимулирования, если она снижает его конкурентоспособность как работодателя. С другой стороны, вознаграждение выше рыночного уровня приводит к излишним издержкам, далеко не всегда способствуя эффективности. • **Вознаграждение как индивидуальных, так и общих результатов.** Система стимулирования, ориентированная на результаты каждого работника по отдельности, порождает нездоровую конкуренцию среди персонала, снижающую общую эффективность. Вознаграждение по результатам коллективной работы (и предприятия в целом) повышает лояльность и командный дух

УК-2.2

Тесты

Критерии оценки для оценочного средства: Тесты

Показатель оценки результатов обучения	Уровень сформированности компетенции	Шкала оценивания
--	--------------------------------------	------------------

Показатель рассчитывается в процентном соотношении верных ответов к общему числу тестовых заданий 100% -90%	Повышенный	5 - "отлично"
Показатель рассчитывается в процентном соотношении верных ответов к общему числу тестовых заданий 89% -80%	Базовый	4 - "хорошо"
Показатель рассчитывается в процентном соотношении верных ответов к общему числу тестовых заданий 79% -70%	Пороговый	3 - "удовлетворительно"
Показатель рассчитывается в процентном соотношении верных ответов к общему числу тестовых заданий - менее 70%	-/-	2 - "неудовлетворительно"

1. УПРАВЛЕНИЕ НАУЧНОЙ, НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ, ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПЕРСОНАЛА ФИРМЫ С ЦЕЛЬЮ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОИЗВОДИМОГО ИЛИ ОСВОЕНИЯ НОВОГО ПРОДУКТА (УСЛУГИ), А ТАКЖЕ СПОСОБОВ, ОРГАНИЗАЦИИ И КУЛЬТУРЫ ЕГО ПРОИЗВОДСТВА И НА ОСНОВЕ ЭТОГО УДОВЛЕТВОРЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ ОБЩЕСТВА В КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫХ ТОВАРАХ И УСЛУГАХ - ЭТО

1) инновационный менеджмент

2) инновационный маркетинг

3) менеджмент

4) маркетинг

5) бизнес-планирование

Правильный ответ: 1

УК-2.1 , УК-2.3

2. ПРОЦЕСС РАСПРОСТРАНЕНИЯ ИННОВАЦИИ ЗА СЧЕТ ФИРМ - ПОСЛЕДОВАТЕЛЕЙ (ИМИТАТОРОВ)

1) инициация инновации

2) диффузия инновации

3) рутинизация инновации

4) рождение инновации

5) смерть инновации

Правильный ответ: 2

УК-2.3

3. КОНЕЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ПРОВЕДЕНИЮ НОВОВВЕДЕНИЙ, ПОЛУЧИВШИЙ ВОПЛОЩЕНИЕ В ВИДЕ НОВОГО ИЛИ УСОВЕРШЕНСТВОВАННОГО ПРОДУКТА, ВНЕДРЕННОГО НА РЫНКЕ, НОВОГО ИЛИ УСОВЕРШЕНСТВОВАННОГО ПРОЦЕССА, ИСПОЛЬЗУЕМОГО В ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, НОВОГО ПОДХОДА К СОЦИАЛЬНЫМ ПРОБЛЕМАМ - ЭТО

1) инновация

- 2) интеграция
- 3) интерстеллар
- 4) интерскол
- 5) новшество

Правильный ответ: 1

УК-2.1 , УК-2.3

4. ПРИОБРЕТЕНИЕ ИННОВАЦИЕЙ СО ВРЕМЕНЕМ ТАКИХ СВОЙСТВ, КАК СТАБИЛЬНОСТЬ, УСТОЙЧИВОСТЬ, ПОСТОЯНСТВО И, В КОНЕЧНОМ ИТОГЕ, - МОРАЛЬНОЕ СТАРЕНИЕ ИННОВАЦИИ

- 1) инициация инновации
- 2) диффузия инновации

3) рутинизация инновации

- 4) рождение инновации
- 5) смерть инновации

Правильный ответ: 3

УК-2.2

5. «БИЗНЕС АНГЕЛЫ» — ЭТО

- 1) ключевые фигуры инновационного управления
- 2) энергичные руководители, которые поддерживают и продвигают новые идеи

3) инвесторы, занимающиеся вложением средств в инновационные разработки

- 4) лица, обладающие способностью вырабатывать оригинальные идеи
- 5) люди, имеющие высшее образование в сфере бизнеса

Правильный ответ: 3

ПК-4.3

6. НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ, ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ, ИЛИ ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ЦЕЛЮЮ КОТОРОЙ ЯВЛЯЕТСЯ ЗАРОЖДЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА

1) инициация инновации

- 2) диффузия инновации
- 3) рутинизация инновации
- 4) рождение инновации
- 5) смерть инновации

Правильный ответ: 1

УК-2.1 , УК-2.3

7. ТВОРЧЕСКАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ, ВРОЖДЁННО СВОЙСТВЕННАЯ ВСЕМ, НО ТЕРЯЕМАЯ БОЛЬШИНСТВОМ ПОД ВОЗДЕЙСТВИЕМ СЛОЖИВШЕЙСЯ СИСТЕМЫ ВОСПИТАНИЯ, ОБРАЗОВАНИЯ И СОЦИАЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

- 1) индуктивное мышление
- 2) интеллект
- 3) дедуктивное мышление
- 4) креативность**
- 5) аналитическое мышление

Правильный ответ: 4

УК-2.1 , УК-2.3

8. МЕТОД ФОКАЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ ЗАКЛЮЧАЕТСЯ В СЛЕДУЮЩЕМ

- 1) свойства одних предметов переносятся на другие**
- 2) объект разбивается на составные части
- 3) происходит процесс фиксации выявленных идей
- 4) осуществляется критика идей
- 5) осуществляется процесс морфологического анализа

Правильный ответ: 1

УК-2.1 , УК-2.3

9. ЦЕЛЕНАПРАВЛЕННОЕ, ЗАПЛАНИРОВАННОЕ СОЗДАНИЕ ИЛИ МОДЕРНИЗАЦИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ, ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ, ТЕХНИЧЕСКОЙ И ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ ДЛЯ НИХ, МАТЕРИАЛЬНЫХ, ФИНАНСОВЫХ, ТРУДОВЫХ И ИНЫХ РЕСУРСОВ, А ТАКЖЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ ПО ИХ ВЫПОЛНЕНИЮ ЭТО:

- 1) проект**
- 2) инновация
- 3) бизнес план
- 4) менеджмент
- 5) модернизация

Правильный ответ: 1

УК-2.2

10. СОВОКУПНОСТЬ ПРИНЦИПОВ, МЕТОДОВ И ФОРМ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ, ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ, ЗАНЯТЫМИ ЭТОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИОННЫМИ СТРУКТУРАМИ И ИХ ПЕРСОНАЛОМ

- 1) инновационный менеджмент**

- 2) инновационное развитие
- 3) инновационный процесс
- 4) инновационный маркетинг
- 5) инвестиции

Правильный ответ: 1

УК-2.1

11. ПРИНЯТО РАЗЛИЧАТЬ СЛЕДУЮЩИЕ ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ НОВОЙ МАЛОЙ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОЙ КОМПАНИИ:

1) до инвестиционный, инвестиционный, пост инвестиционный

- 2) последовательный, параллельный и интегральный
- 3) научно исследовательский, технический
- 4) социальный, рыночный, организационный
- 5) высший, средний, низший

Правильный ответ: 1

ПК-4.3

12. КОМПАНИЯ «SEED» В ПОНИМАНИИ ВЕНЧУРНЫХ ИНВЕСТОРОВ ЭТО:

- 1) компания, которая уже осуществляет инновационный процесс, имеет команду менеджмента
- 2) «компания для посева» у которой есть только бизнес идея, которую необходимо профинансировать для проведения дополнительных исследований, создания опытных образцов продукции, оценки концепции бизнеса и подготовки проекта к поиску инвестиций**
- 3) компания, которая выпускает готовую продукцию
- 4) компания, составная часть социально-экономической политики которой направлена на развитие и стимулирование инновационной деятельности
- 5) компания, которая имеет возрастающие объемы продаж и уже получает прибыль

Правильный ответ: 2

ПК-4.3

13. КОМПАНИЯ «НАЧАЛЬНАЯ СТАДИЯ» В ПОНИМАНИИ ВЕНЧУРНЫХ ИНВЕСТОРОВ ЭТО

- 1) компания, выпускающая готовую продукцию, которая может не иметь прибыли и потребовать дополнительного финансирования для завершения научно исследовательских работ**
- 2) компания, имеющая возрастающие объемы продаж и уже получающая прибыль
- 3) «компания для посева», у которой есть только бизнес идея, которую необходимо профинансировать для проведения дополнительных исследований

4) это составная часть социально-экономической политики, направленная на развитие и стимулирование инновационной деятельности

5) это компания, которая уже осуществляет инновационный процесс, имеет команду менеджмента

Правильный ответ: 1

ПК-4.3

14. К ПРЯМЫМ МЕТОДАМ ПОДДЕРЖКИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СО СТОРОНЫ ГОСУДАРСТВА ОТНОСЯТ:

1) меры социально-экономической политики, направленные на развитие и стимулирование промышленной деятельности

2) создание единого информационного пространства

3) комплексное инновационное исследование объекта с целью развития его полезных функций

4) финансирование из государственного бюджета, правовое обеспечение инновационной деятельности, формирование инновационной инфраструктуры

5) разработка инструментов для кредитных льгот

Правильный ответ: 4

УК-2.1

15. ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ ВЫДЕЛИЛСЯ В САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕГО УПРАВЛЕНИЯ:

1) в начале XX в

2) в середине XX в

3) в последние три десятилетия XX в

4) в 2000 году

5) в 2010 году

Правильный ответ: 3

УК-2.1

16. КИБЕРНЕТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА ПРЕДСТАВЛЯЕТСЯ В ВИДЕ

1) круга

2) треугольника

3) не замкнутой цепи

4) иерархической схемы

5) цепи, состоящей из относительно самостоятельных этапов и стадий

Правильный ответ: 1

ПК-4.3

17. ВЕНЧУРНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ — ЭТО

- 1) вложение средств в инновационный бизнес на ранних стадиях его развития
- 2) финансирование предприятий со стороны государства с целью формирования технологических закупок
- 3) акционерное участие государства в капитале малых инновационных фирм
- 4) составная часть социально-экономической политики, направленная на развитие и стимулирование инновационной деятельности
- 5) конечный результат интеллектуального творческого труда

Правильный ответ: 1

ПК-4.3

18. В ВЕНЧУРНОМ БИЗНЕСЕ ПРИНЯТА СЛЕДУЮЩАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ КОМПАНИЙ, ПРЕТЕНДУЮЩИХ НА ПОЛУЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ, В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СТАДИИ РАЗВИТИЯ, НА КОТОРОЙ ОНИ НАХОДЯТСЯ:

- 1) компании для посева, только возникшие компании, компании на начальной стадии, компании на стадии расширения
- 2) частные и государственные компании
- 3) стабильные, плодотворные и изменчивые
- 4) виалентные, пациенты, эксплерены и коммутантные
- 5) социальные, рыночные, организационные

Правильный ответ: 1

ПК-4.3

19. ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОГРЕССИВНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В ЭКОНОМИКЕ, СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ, ТЕХНОЛОГИИ И ТЕХНИКЕ И В САМОМ УПРАВЛЕНИИ ЯВЛЯЕТСЯ ЗАДАЧЕЙ

- 1) мозгового штурма
- 2) бизнес процесса
- 3) процессно-ориентированного подхода управления предприятием
- 4) функционально-ориентированного подхода управления предприятием
- 5) инновационного менеджмента

Правильный ответ: 5

УК-2.1

20. ВЕНЧУРНЫЙ ФОНД — ЭТО

- 1) совокупность различных видов ресурсов, включая финансовые, трудовые, сырьевые и интеллектуальные ресурсы для осуществления инновационного проекта
- 2) инвестиционная компания, работающая исключительно с инновационными предприятиями и проектами

- 3) фонд, деятельность которого, направлена на разработку новых идей
- 4) фонд, деятельность которого, направлена на финансовые вложения
- 5) фонд, формирующие пенсионные накопления

Правильный ответ: 2

ПК-4.3

21. 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 ЭТИМ СОЦИАЛЬНЫЕ И ДРУГИЕ ИЗМЕНЕНИЯ ЭТО:

- 1) ноу-хау
- 2) инновация**
- 3) креативная идея
- 4) новшество
- 5) новая разработка

Правильный ответ: 2

УК-2.1

22. ИНВЕСТИЦИЯМИ ЯВЛЯЮТСЯ:

- 1) денежные средства, ценные бумаги, оборудование**
- 2) ценные идеи
- 3) обучение в области точных наук
- 4) спортивные достижения
- 5) кредитование

Правильный ответ: 1

УК-2.1

23. ФИНАНСОВЫМ РЕЗУЛЬТАТОМ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА ЯВЛЯЕТСЯ:

- 1) инновация
- 2) инновационный процесс
- 3) прибыль**
- 4) бизнес план
- 5) инновационная идея

Правильный ответ: 3

УК-2.2

24. ВНЕДРЕННОЕ НОВШЕСТВО, ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕЕ КАЧЕСТВЕННЫЙ РОСТ

ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЦЕССОВ ИЛИ ПРОДУКЦИИ, ВОСТРЕБОВАННОЕ РЫНКОМ, ЯВЛЯЕТСЯ КОНЕЧНЫМ РЕЗУЛЬТАТОМ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧЕЛОВЕКА:

1) инвестиция

2) инновация

3) инновационный процесс

4) управленческий метод

5) бизнес процесс

Правильный ответ: 2

УК-2.1

25. ЗВОРЫКИНСКИЙ ПРОЕКТ ЭТО:

1) программа Федерального агентства по делам молодежи, направленная на популяризацию инновационной деятельности среди молодых людей

2) программа поддержки спорта и туризма

3) федеральная программа поддержки творчества

4) проект строительства объектов инновационной инфраструктуры на территории РФ

5) красноярский молодежный форум

Правильный ответ: 1

ПК-4.3

26. РАЗРАБОТКА В 1913 ГОДУ В США ГЕНРИ ФОРДОМ АВТОМОБИЛЬНОГО КОНВЕЙРА ЯВЛЯЕТСЯ ПРИМЕРОМ ДАНОВО ВИДА ИННОВАЦИИ:

1) маркетинговая

2) продуктовая

3) технологическая

4) организационная

5) социальная

Правильный ответ: 3

УК-2.3

27. ВЕДУЩИМИ СТРАНАМИ, В ОБЛАСТИ ИННОВАЦИЙ ЯВЛЯЮТСЯ:

1) Франция, Италия, Испания, Португалия

2) США, Япония, Южная Корея, Германия

3) Россия, Украина, Белоруссия, Казакстан

4) Польша, Латвия, Чехия, Словакия

5) Индия, Китай, Таиланд, Индонезия

Правильный ответ: 2

УК-2.1

28. БЕЗВОЗМЕЗДНАЯ СУБСИДИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМ, ОРГАНИЗАЦИЯМ И ФИЗИЧЕСКИМ ЛИЦАМ В ДЕНЕЖНОЙ ИЛИ НАТУРАЛЬНОЙ ФОРМЕ НА ПРОВЕДЕНИЕ НАУЧНЫХ ИЛИ ДРУГИХ ИССЛЕДОВАНИЙ, ОПЫТНО-КОНСТРУКТОРСКИХ РАБОТ, ОБУЧЕНИЕ И ДР. ЭТО:

- 1) кредит
- 2) ценная бумага
- 3) инновация
- 4) грант**
- 5) бизнес план

Правильный ответ: 4

УК-2.3

29. ВЫБЕРИТЕ, ЧТО ЯВЛЯЕТСЯ ПРИЧИНАМИ ИННОВАЦИОННЫХ ВОЛН ПО ШУМПЕТЕРУ:

- 1) работы новаторов-предпринимателей**
- 2) работы бизнесменов
- 3) работы руководителей
- 4) работы предпринимателей
- 5) работы подчиненных неинновационной организации

Правильный ответ: 1

УК-2.1

30. ТВОРЧЕСКИЕ СПОСОБНОСТИ ИНДИВИДА, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕСЯ ГОТОВНОСТЬЮ К ПРИНЯТИЮ И СОЗДАНИЮ ПРИНЦИПАЛЬНО НОВЫХ ИДЕЙ, ОТКЛОНЯЮЩИХСЯ ОТ ТРАДИЦИОННЫХ ИЛИ ПРИНЯТЫХ СХЕМ МЫШЛЕНИЯ И ВХОДЯЩИЕ В СТРУКТУРУ ОДАРЁННОСТИ В КАЧЕСТВЕ НЕЗАВИСИМОГО ФАКТОРА, А ТАКЖЕ СПОСОБНОСТЬ РЕШАТЬ ПРОБЛЕМЫ, ВОЗНИКАЮЩИЕ ВНУТРИ СТАТИЧНЫХ СИСТЕМ ЭТО

- 1) креативность**
- 2) многозадачность
- 3) интеллект
- 4) дедуктивное мышление
- 5) аналитическое мышление

Правильный ответ: 1

УК-2.2

31. ВЫБЕРИТЕ РАБОТУ, В КОТОРОЙ ШУМПЕТЕР РАССКАЗЫВАЕТ ОБ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССАХ

- 1) «теория развития инноваций»
- 2) «теория экономического развития»**
- 3) «теория инновационных процессов»
- 4) «теория развития экономических процессов»
- 5) «теория инновационного менеджмента»

Правильный ответ: 2

УК-2.1

32. НАУКА ОБ ИННОВАЦИЯХ НОСИТ НАЗВАНИЕ

- 1) теория управления
- 2) инноватика**
- 3) информатика
- 4) новатика
- 5) нововедение

Правильный ответ: 2

УК-2.1

33. ПРИЧИНА ПОЯВЛЕНИЯ ИДЕИ ИННОВАЦИИ

- 1) несоответствие существующим и желаемым уровнем организации производства**
- 2) противоречие между акционерами-владельцами предприятия и менеджментом
- 3) противоречие между существующими продуктами и операциями и новыми условиями хозяйствования
- 4) несоответствие уровня качества выпускаемой продукции международному уровню
- 5) следствие работы в команде опытных специалистов

Правильный ответ: 1

УК-2.1

34. ИННОВАЦИЯ ЭТО -

- 1) деятельность, направленная на внедрение новых идей, научных знаний, технологий и видов продукции в различные области производства и сферы управления обществом
- 2) совокупность различных видов ресурсов, включая финансовые, трудовые, сырьевые и интеллектуальные и иные, мера готовности осуществить инновационный проект;
- 3) стратегия интенсивного роста, стратегия равномерного развития, стратегия диверсификации, стратегия сокращения
- 4) конечный результат интеллектуального творческого труда получивший реализацию**

в виде нового или усовершенствованного товара, либо нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в экономическом обороте

5) метод комплексного инновационного исследования объекта с целью развития его полезных функций при оптимальном соотношении между значимостью для потребителя и минимальными затратами на их осуществление

Правильный ответ: 4

УК-2.1

35. ВАРИАНТ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ В ФОРМЕ ЛИДЕРСТВА В ВЕДУЩИХ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИХ СЕКТОРАХ И ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ ХАРАКТЕРЕН ДЛЯ СЛЕДУЮЩЕЙ СТРАНЫ:

1) Россия

2) Китай

3) США

4) Казахстан

5) Малайзия

Правильный ответ: 3

УК-2.1

Практические навыки

Критерии оценки для оценочного средства: Практические навыки

Показатель оценки результатов обучения	Уровень сформированности компетенции	Шкала оценивания
Показатель рассчитывается в процентном соотношении верных ответов к общему числу выполненных параметров 100% -90%	Повышенный	5 - "отлично"
Показатель рассчитывается в процентном соотношении верных ответов к общему числу выполненных параметров 89% -80%	Базовый	4 - "хорошо"
Показатель рассчитывается в процентном соотношении верных ответов к общему числу выполненных параметров 79% -70%	Пороговый	3 - "удовлетворительно"
Показатель рассчитывается в процентном соотношении верных ответов к общему числу выполненных параметров - менее 70%	-/-	2 - "неудовлетворительно"

№ п/п	Практические умения/Навыки	Компетенции
1	Применять методы генерации идей при решении задач в профессиональной деятельности	УК-2.2
2	Различать объекты интеллектуальной собственности	УК-2.2

3	Выбирать способ защиты интеллектуальной собственности	УК-2.2
4	Понимать, анализировать и разрабатывать бизнес процессы медицинской организации	УК-2.1
5	Выявлять и описывать потребительские группы, сегменты рынка медицинских услуг	УК-2.1
6	Описывать маркетинговую стратегию инновационного проекта	УК-2.1
7	Создавать инновационный проект в медицинской сфере	ПК-4.3, УК-2.3
8	Проводить презентации инновационных проектов в медицинской сфере перед инвестором	УК-2.3
9	Оценивать эффективность инновационного проекта	УК-2.2
10	Методами генерирования инновационных идей в группе при решении учебных и профессиональных задач	ПК-4.3, УК-2.1
11	Работать в команде	ПК-4.3, УК-2.3
12	Навыками выявления и разработки бизнес процессов медицинской организации	УК-2.1
12	Нормативно-правовой базой для сопровождения проекта	УК-2.2
13	Навыками проектного управления	ПК-4.3, УК-2.1
14	Навыками построения доклада о результаты проделанной работы и представления инновационной идеи проекта перед инвестором	УК-2.3

Рефераты

Критерии оценки для оценочного средства: Рефераты

Показатель оценки результатов обучения	Уровень сформированности компетенции	Шкала оценивания
<p>Выполнены все требования к написанию и защите реферата. Содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике, реферат имеет чёткую композицию и структуру, в тексте отсутствуют логические нарушения в представлении материала, обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция. Сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём. Реферат представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата. Корректно оформлены и в полном объёме представлены список использованной литературы и ссылки на использованную литературу в тексте реферата. Отсутствуют орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте. Соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Обучающийся подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой.</p>	Повышенный	5 - "отлично"

<p>Основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. Имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата. Содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике, реферат оформлен в соответствии с общими требованиями написания реферата, но есть погрешности в техническом оформлении. Реферат представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата. В полном объёме представлены список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении, корректно оформлены и в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата. Отсутствуют орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте. На дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы. В целом обучающийся подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой.</p>	<p>Базовый</p>	<p>4 - "хорошо"</p>
<p>Имеются существенные отступления от требований к реферированию. Тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы. во время защиты отсутствует вывод. Есть погрешности в техническом оформлении. Не в полном объёме представлен список использованной литературы, есть ошибки в оформлении, некорректно оформлены или не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата. Есть единичные орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте, отсутствуют факты плагиата. Обучающийся подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой, на минимально допустимом уровне.</p>	<p>Пороговый</p>	<p>3 - "удовлетворительно"</p>
<p>Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, в тексте реферата есть логические нарушения в представлении материала. Есть погрешности в техническом оформлении. Допущены грубые ошибки в ответах. Не в полном объёме представлен список использованной литературы, есть ошибки в оформлении, некорректно оформлены или не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата. Есть частые орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте, присутствуют факты плагиата. Обучающийся не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой.</p>	<p>-/-</p>	<p>2 - "неудовлетворительно"</p>

№ п/п	Темы рефератов	Компетенции
0	Средства индивидуализации юридических лиц	УК-2.1
0	Права на секрет производства	УК-2.2
0	Маркетинг. Исследование, сегментация рынка	ПК-4.3, УК-2.2
0	Роли в команде, их функции и особенности	УК-2.2
0	Ситуационное лидерство	ПК-4.3, УК-2.2
0	Движение саморегулирующихся команд	УК-2.2
0	Пороки команды	УК-2.2
0	Виды питчей	УК-2.3
0	Особенности управления проектами в сфере медицины.	ПК-4.3
0	Риски проектов и проектной деятельности в сфере медицины и фармацевтики	ПК-4.3, УК-2.2