Б1.О.04 КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ

РЕЗУЛЬТАТОВ ИННОВАЦИОННОЙ

# ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**35.04.02 Менеджмент**

**Цифровой маркетинг и управление продажами**

# Тест

# Тема 1. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИЙ

1. К коммерческим операциям относятся:

а) управление товарными запасами;

б) сбытовая реклама;

в) организация хозяйственных связей между продавцами и покупателями;

г) изучение покупательского спроса на товары.

1. Основными принципами коммерческой деятельности являются:

а) умение предвидеть коммерческие риски;

б) выделение приоритетов;

в) доверие к партнерам по бизнесу; г) проявление личной инициативы.

1. Основными принципами коммерческой реализации инноваций являются:

а) приоритетность инновационного производства над традиционным;

б) экономичность инновационной деятельности; в) доверие к партнерам по бизнесу;

г) гибкость инновационной деятельности.

1. Основными принципами коммерческой реализации инноваций являются:

а) приоритетность традиционного производства над инновационным;

б) цикличность инновационных процессов; в) «Не навреди!»;

г) соответствие инновационной деятельности и его результатов (новшества) определенным временным рамкам.

1. Основными принципами коммерческой реализации иннова ций являются:

а) соответствие инновационной деятельности и ее результатов культурному уровню рынка;

б) общественная полезность;

в) алгоритмичность;

г) экономико-географический принцип.

1. Основными принципами коммерческой реализации инноваций являются:

а) поддержка фундаментальной науки;

б) хаотичность инновационных процессов;

в) защищенность инновационной деятельности; г) организация обратной связи.

7.Коммерциализация – это:

а) процесс превращения инновационного продукта в рыночный товар с целью извлечения прибыли;

б) получение дохода от использования инноваций в собственном производстве;

в) процесс превращения объекта собственности в прибыль средствами торговли;

г) это получение дохода от продажи инноваций.

8.Экономичность инновационной деятельности – это:

37

а) последовательный учет в практике управления производи- тельного характера функционирования прикладной науки;

б) самоокупаемость инновационного процесса; в) прибыльность;

г) коммерческий успех на рынке.

9.Приоритетность инновационного производства над традиционным – это:

а) ведущая роль науки в системе производительных сил;

б) прямое следствие повышения роли научно-технической подготовки производства;

в) адекватность уровня рабочей силы состоянию технологической и производственной базы предприятия;

г) все выше перечисленное.

10.Коммерческим эффектом инноваций является:

а) коммерческий потенциал;

б) прибыль, которая должна покрывать затраты на ведение инновационной деятельности;

в) обеспечение жизнедеятельности организации;

г) стимулирование организации к созданию последующих новшеств.

# Тема 2. КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК

# Тест

1. Разработчиками инноваций являются:

а) научно-исследовательские институты;

б) коллективы изобретателей;

в) планово-экономические службы предприятий; г) отделы прогнозирования.

1. К покупателям инновации (инвесторам) относятся:

а) физические лица;

б) государственные фонды и программы; в) некоммерческие организации;

г) венчурные фонды и «бизнес-ангелы».

1. К посредникам коммерциализации относятся:

а) консалтинговые компании;

б) государственные органы управления; в) некоммерческие организации;

г) бизнес-инкубаторы.

4.Участниками процесса коммерциализации инноваций являются:

а) планово-экономические службы предприятий;

б) покупатели инноваций; в) изобретатели-одиночки;

г) некоммерческие организации.

5.К способам коммерциализации инноваций относятся:

а) разработка инноваций;

б) ноу-хау;

в) полная передача прав на инновацию;

г) самостоятельное использование инновации.

6.Достоинствами самостоятельного использования инноваций являются:

а) высокие риски;

б) полное распоряжение правами на интеллектуальную собст- венность (инновацию);

в) полная передача прав на инновацию;

г) постоянный контроль предприятия и производства.

7.Недостатками самостоятельного использования инноваций являются:

а) высокие риски;

б) полное распоряжение правами на интеллектуальную собст- венность (инновацию);

в) полная передача прав на инновацию;

г) необходимость наличия в финансовых ресурсах.

8. Достоинствами переуступки части прав на инновацию являются:

а) полное распоряжение правами на интеллектуальную собственность (инновацию);

б) средние риски;

в) постоянный контроль предприятия и производства;

г) небольшие затраты.

9.Недостатками переуступки части прав на инновацию являются:

а) меньшие доходы, чем при самостоятельном использовании;

б) средние риски;

в) постоянный контроль предприятия и производства; г) риск появления контрафактной продукции.

10.Достоинствами полной передача прав на инновацию являются:

а) возможность получения очень высокого дохода, в зависимости от значимости инновации;

б) средние риски;

в) постоянный контроль предприятия и производства; г) небольшие затраты.

11.Недостатками полной передачи прав на инновацию являются:

а) высокие риски;

б) смена области деятельности из-за усиления позиций конкурентов;

в) постоянный контроль предприятия и производства; г)риск недополучения потенциального дохода.

12.К доходам от самостоятельного использования инноваций относятся:

а) выручка от продажи инновационной продукции; б) выручка от оказания инжиниринговых услуг;

в) паушальный платеж;

г) выручка от сдачи оборудования в лизинг.

13.К доходам от переуступки части прав на инновацию относятся:

а) роялти;

б) выручка от оказания инжиниринговых услуг; в) паушальный платеж;

г) выручка от сдачи оборудования в лизинг.

14.К доходам от полной передачи прав на инновацию относятся:

а) роялти;

б) выручка от оказания инжиниринговых услуг; в) паушальный платеж;

г) выручка от сдачи оборудования в лизинг.

15.К расходам от самостоятельного использования инноваций относятся:

а) затраты на организацию и поддержание производства; б) затраты на маркетинговые исследования;

в) затраты на привлечение клиентов;

г) затраты на оказание помощи и консультационных услуг лицензиату.

16.К расходам от переуступки части прав на инновацию относятся:

а) затраты на поддержание и защиту патентных прав; б) затраты на маркетинговые исследования;

в) затраты на привлечение клиентов;

г) затраты на оказание помощи и консультационных услуг лицензиату.

17.К расходам от полной передачи прав на инновацию относятся:

а) затраты на маркетинговые исследования;

б) паушальный платеж;

в) затраты на привлечение клиентов;

г) затраты на оказание помощи и консультационных услуг по- купателю прав.