

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
экономики, маркетинга и коммерции


21.03.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.03.01 Инновации в коммерческой деятельности

1. Код и наименование направления подготовки/специальности: 38.03.01 Экономика
2. Профиль подготовки/специализация: Экономика предприятий и организаций
3. Квалификация выпускника: бакалавр
4. Форма обучения: очная
5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: кафедра экономики, маркетинга и коммерции
6. Составители программы: Дайнеко В.Г., к.э.н., доцент КЭМК
7. Рекомендована: НМС экономического факультета 21.03.2024 года протокол № 3
8. Учебный год: 2026 - 2027 Семестр(ы)/Триместр(ы): 5

9. Цели и задачи учебной дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование у обучающихся теоретических знаний, практических умений и навыков сбора и анализа информации о перспективных инновационных направлениях коммерческой деятельности, разработке отдельных функциональных направлений в области инноваций.

Задачи учебной дисциплины:

- формирование теоретических знаний о принципах и содержании инновационного процесса, его особенностях в коммерческой деятельности;
- формирование умений поиска, обобщение, систематизации и анализа информации для оценки перспективности и рисков инновационного проекта;
- развитие практических навыков осуществлять расчет экономических и социально-экономических показателей внедрения инноваций в коммерческой деятельности.

Дисциплина реализуется частично в форме практической подготовки (ПП).

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП: Блок 1. Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Дисциплины по выбору.

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ПК-2	Способен применять рациональные подходы к осуществлению организационно-экономической и производственной деятельности организации	ПК-2.3	Координирует организационно-экономическую и производственную деятельность организации на основе целевых показателей	Знать: содержание инновационной деятельности, моделей инновационного процесса и целевые показатели, характеризующие освоение инноваций, источники информации, содержащие данные о возможностях и рисках внедрения новшеств. Уметь: осуществлять поиск и систематизацию информации об инновациях и тенденциях инновационных изменений в коммерческой деятельности, определять перспективные направления развития инновационного процесса в коммерческой организации. Владеть: навыками обобщения и анализа информации, обоснования предложений совершенствования коммерческой деятельности.
ПК-3	Способен оценивать результаты организационно-экономической и производственной деятельности организации и выявлять резервы повышения ее эффективности	ПК- 3.3	Интерпретирует результаты расчетов и выявляет резервы повышения эффективности деятельности организации	Знать: основные виды интеллектуальной собственности, особенности их использования для повышения эффективности деятельности организации, структуру инновационного проекта. Уметь: осуществлять анализировать и интерпретировать перспективные инновационные направления коммерческой деятельности, оценивать риски реализации инновационных проектов. Владеть: навыками разработки и оценки мер, способных повысить эффективность деятельности организаций на основе использования новаций.

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. — 3 / 108.

Форма промежуточной аттестации зачет

13. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость					
	Всего	По семестрам				
		№ 5		№ семестра		...
		ч.	ч., в форме ПП	ч.	ч., в форме ПП	
Аудиторные занятия	36	36				
в том числе:	лекции	18	18	-		
	практические	18	18	-		
	лабораторные					
Самостоятельная работа	72	72				
в том числе: курсовая работа (проект)						
Форма промежуточной аттестации (зачет)						
Итого:	108	108				

13.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК *
1. Лекции			
1.1	Инновационная экономика и основные показатели ее развития	Инновационная экономика и ее черты. Технологические уклады. Цифровизация в современной экономике. Инновация и ее свойства. Теория инноваций Й.Шумпетера. Классификация инноваций. Продуктовые и процессные инновации. Особенности маркетинговых инноваций. Основные показатели развития инновационной экономики. Формирование инновационного потенциала коммерческой организации.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=30818
1.2	Модели инновационного процесса в коммерческой деятельности	Ресурсы инновационного процесса. Линейные модели инновационного процесса. Модель технологического толчка. Модель рыночного вызова. Диффузия инноваций. Нелинейный характер инновационных процессов. Гибридная модель сочетания офлайн и онлайн-магазинов	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=30818
1.3	Объекты интеллектуальной собственности, их использование в коммерческой деятельности	Сущность и классификация объектов интеллектуальной собственности. Права на результаты интеллектуальной деятельности. Ноу-хау и конфиденциальная информация. Лицензии и их виды. Рынок объектов интеллектуальной собственности. Оценка интеллектуальной собственности.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=30818
1.4	Инновационные формы взаимодействия с потребителями.	Инновационные формы интерактивных коммуникаций в коммерческой деятельности. Разработка программы лояльности в маркетинговой деятельности компаний. Инновационные подходы в обслуживании клиентов. Креативные технологии формирования лояльности потребителей. Технологии геймификации и сторителлинга.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=30818
2. Практические занятия			
2.1	Инновационная экономика и основные показатели ее развития	Инновационная экономика и ее черты. Технологические уклады. Цифровизация в современной экономике. Инновация и ее свойства. Теория инноваций Й.Шумпетера. Классификация	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=30818

		инноваций. Продуктовые и процессные инновации. Особенности маркетинговых инноваций. Основные показатели развития инновационной экономики. Формирование инновационного потенциала коммерческой организации.	
2.2	Модели инновационного процесса в коммерческой деятельности	Ресурсы инновационного процесса. Линейные модели инновационного процесса. Модель технологического толчка. Модель рыночного вызова. Диффузия инноваций. Нелинейный характер инновационных процессов. Гибридная модель сочетания офлайн и онлайн-магазинов.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=30818
2.3	Объекты интеллектуальной собственности, их использование в коммерческой деятельности	Сущность и классификация объектов интеллектуальной собственности. Права на результаты интеллектуальной деятельности. Ноу-хау и конфиденциальная информация. Лицензии и их виды. Рынок объектов интеллектуальной собственности. Оценка интеллектуальной собственности.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=30818
2.4	Инновационные формы взаимодействия с потребителями.	Инновационные формы интерактивных коммуникаций в коммерческой деятельности. Разработка программы лояльности в маркетинговой деятельности компаний. Инновационные подходы в обслуживании клиентов. Креативные технологии формирования лояльности потребителей. Технологии геймификации и сторителлинга.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=30818
3. Лабораторные занятия			
3.1			
3.2			

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (количество часов)				Всего
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	
1.1	Инновационная экономика и основные показатели ее развития	4	4		18	26
1.2	Модели инновационного процесса в коммерческой деятельности	4	4		18	26
1.3	Объекты интеллектуальной собственности, их использование в коммерческой деятельности	4	4		18	26
1.4	Инновационные формы взаимодействия с потребителями.	6	6		18	30
	Итого:	18	18		72	108

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины:

По данной дисциплине обучение проводится с использованием дистанционных образовательных технологий (далее – ЭО, ДОТ) в рамках электронного курса, размещенного в ЭИОС (образовательный портал «Электронный университет ВГУ» (LMS Moodle, <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=30818>). При работе по написанию конспектов лекций необходимо обязательно использовать учебник, указанный в перечне основной литературы, находящийся в ЭБС в открытом доступе (см. основную литературу в программе).

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает: ознакомление и проработку рекомендованной учебной литературы, подготовку к выполнению практических и контрольной работ по материалам курса; подготовку к сдаче тестов по разделам дисциплины и итоговой промежуточной аттестации. Частью самостоятельной работы, необходимой для изучения дисциплины, является регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе, статистическими данными из официальных источников в Интернете. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект содержания материала с фиксированием библиографических данных источника.

Для выполнения практических заданий необходимо пользоваться указанными в электронном курсе гиперссылками и ссылками на сайты в Интернете. Ответы на вопросы практических заданий формулируйте кратко, ясно выражая мысли о существенных аспектах, не отвлекаясь на малозначимые детали. Краткость изложения ориентирует ваш ответ на выявление наиболее существенного и важного.

Для выполнения контрольной работы необходимо вначале раскрыть теоретическую часть темы, в том числе четко определить основные понятия и категории, а во второй части найти и обосновать актуальные практические проблемы по теме работы, обращая внимание на значимые факты и официальные данные статистики преимущественно об экономике нашей страны, и далее описать пути решения этих проблем, основываясь на дискуссии ученых и специалистов, представленную в литературе и Интернете (см. доп. литературу в программе).

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Никитина Л. Л. Инновации в торговой деятельности : учебное пособие : / Л. Л. Никитина, О. Е. Гаврилова ; Казанский национальный исследовательский технологический институт. – Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2019. – 100 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683813

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
2	Абрамс Р. Бизнес-план на 100%=Successful Business Plan: Secrets & Strategies: стратегия и тактика эффективного бизнеса : практическое пособие : [16+] / Р. Абрамс. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 486 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279292
3	Голова, А. Г. Управление продажами : учебник / А. Г. Голова. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 279 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621640
4	Бугаев, Л. Мобильный маркетинг: как зарядить свой бизнес в мобильном мире : практическое пособие : [16+] / Л. Бугаев ; ред. Ю. Быстрова. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 214 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=254640
5	Инновационный маркетинг : учебник / И. А. Красюк, С. М. Крымов, Г. Г. Иванов, М. В. Кольган. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 170 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710077 (дата обращения: 12.06.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05283-5. – Текст : электронный.
6	Ласкина Л. Ю. Оценка и управление рисками в инновационной деятельности : учебное пособие : [16+] / Л. Ю. Ласкина, Л. В. Силакова ; Университет ИТМО. – Санкт-Петербург : Университет ИТМО, 2019. – 68 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=566785
7	Михайлов О. В. Go Global: 7 шагов к завоеванию международного рынка : практическое пособие : [16+] / Михайлов Ованес Викторович. – Москва : СилаУма-Паблишер, 2019. – 217 с. : ил., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=617184
8	Остапенко Г. Ф. Управление интеллектуальной собственностью : учебное пособие / Г. Ф. Остапенко, В. Д. Остапенко. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 160 с. : ил.,

	табл. – (Учебные издания для магистров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684225
9	Синяева, И. М. Маркетинг услуг : учебник / И. М. Синяева, В. В. Синяев, О. Н. Романенкова ; под ред. Л. П. Дашкова ; Финансовый университет при Правительстве РФ. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 252 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573403

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

№ п/п	Ресурс
1	https://edu.vsu.ru/
2	http://www.lib.vsu.ru
3	http://biblioclub.ru
4	http://www.e-library.ru
5	http://www.ibooks.ru

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
1.	Дайнеко В.Г. Инновационная экономика : [учебно-методическое пособие] : [для бакалавров очной формы обучения (направление 38.03.01 Экономика, профиль "Коммерция")] / В.Г. Дайнеко ; Воронеж. гос. ун-т .— Воронеж : Экономический факультет Воронежского государственного университета, 2016 .— 30 с. <URL: http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m16-152.pdf >.
2.	Шоул Д. Первокласный сервис как конкурентное преимущество : практическое пособие : [16+] / Д. Шоул ; ред. В. Григорьева ; пер. И. Евстигнеева. – 8-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 347 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279725

17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ, электронное обучение (ЭО), смешанное обучение): Дисциплина реализуется с элементами электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в рамках электронного курса (ЭК), размещенного на портале «Электронный университет ВГУ» <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=30818>). ЭК включает учебные материалы для самостоятельной работы обучающихся, а также обеспечивает возможность проведения контактных часов/аудиторных занятий в режиме онлайн. Программа курса реализуется с применением дистанционных образовательных технологий. Программное обеспечение: ОС Windows 8 (10), интернет-браузер (Chrome, Яндекс.Браузер, Mozilla Firefox). ПО Adobe Reader; пакет стандартных офисных приложений для работы с документами, таблицами (MS Office, МойОфис, LibreOffice).

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Учебная аудитория / специальное помещение для занятий лекционного типа	Мультимедиа-проектор, экран для проектора, ПК, специализированная мебель (столы ученические, стулья, доска)
Учебная аудитория – компьютерный класс	Компьютеры с выходом в сеть Интернет, мультимедиа-проектор, экран для проектора, специализированная мебель (столы ученические, стулья, доска) ПО: Windows 10 (лицензионное ПО); LibreOffice (свободное и/или бесплатное ПО); Adobe Reader (свободное и/или бесплатное ПО); Notepad ++ (свободное и/или бесплатное ПО); 7-zip (свободное и/или бесплатное ПО); Mozilla Firefox (свободное и/или бесплатное ПО).
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Специализированная мебель

Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры с выходом в сеть Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду, специализированная мебель (столы ученические, стулья, доска)
--	---

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.	Инновационная экономика и основные показатели ее развития.	ПК-2	ПК-2.3	практическое задание № 1
2.	Модели инновационного процесса в коммерческой деятельности.	ПК-2	ПК-2.3	Тест № 1
3.	Объекты интеллектуальной собственности, их использование в коммерческой деятельности.	ПК- 3	ПК- 3.3	практическое задание № 3
4.	Инновационные формы взаимодействия с потребителями.	ПК- 3	ПК- 3.3	практическое задание № 2,4
Промежуточная аттестация форма контроля – зачет _____				Перечень вопросов

20. Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

20.1. Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

20.1.1 Перечень практических заданий

Практическое задание №1. Сделайте анализ инновационного развития экономики России, используя данные сайта Федеральной службы госстатистики (www.gks.ru, рубрика официальная статистика, раздел «наука, инновации и информационное общество»), в том числе проанализируйте основные показатели инновационной деятельности предприятий, долю и структуру по различным отраслям инновационно-активных предприятий. Проанализируйте динамику показателей за несколько лет и сформулируйте выводы о происходящих изменениях, в том числе в коммерческой деятельности.

Практическое задание № 2. Используя инструменты визуализации, составьте карту пути клиента (Customer Journey Map) на основе собственного опыта взаимоотношений с фирмой, т. е. опишите собственный опыт коммуникаций с одной из фирм, покупателем которой являетесь продолжительное время. Эту историю коммуникаций с компанией отразите с учётом целей, мыслей, эмоций, мотивов (агентируясь на точках контакта).

Практическое задание № 3. Используя открытые данные сети «Интернет», проведите анализ интеллектуальной собственности, используемой в коммерческой деятельности, фокусируясь на определенной технологии и конкретных предприятиях.

Практическое задание № 4. Проведите анализ программ лояльности крупных сетей розничной торговли и определите: а) каковы преимущества и основные эффекты программ лояльности, в чем их основные недостатки, б) сделайте предложения, как можно повысить эффективность программ.

Для оценивания результатов практического задания используются следующие критерии: 1) раскрыты все вопросы задания, 2) в тексте должно быть ясное и краткое отражение содержания ответа и аргументированные выводы. Для оценивания результатов применяется шкала: «зачтено» (соответствие обоим критериям), «незачтено» (не выполнены два критерия).

20.1.2 Тестовые задания

Пример тестового задания:

Задание 1.

Что характеризует инновационную экономику?

1. **воспроизводство знаний и их масштабная коммерциализация**
2. капиталовложения в добывающие отрасли
3. рост сферы услуг
4. экстенсивный тип воспроизводства

Задание 2.

Как называется тип инноваций, связанный с небольшими модификациями изменениями в дизайне продукта?

1. **псевдоинновации**
2. базисные инновации
3. улучшающие инновации
4. процессные

Задание 3.

Что является исходным этапом в модели рыночного вызова?

1. **изучение спроса и выявление скрытых потребностей клиентов**
2. фундаментальные научные исследования
3. прикладные исследования и опытно-конструкторские разработки
4. разработка технологии

Задание 4.

К какой разновидности интеллектуальной собственности относится новое конструктивное решение продукта?

1. **полезная модель**
2. промышленный образец
3. изобретение
4. технический образец

Задание 5.

Какие процессы не обеспечивают формирование собственного инновационного потенциала фирмы?

1. **проведение НИОКР**
2. спонсорство
3. покупка лицензии на патент

4. приобретение инновационных малых фирм

Задание 6.

Непосредственной задачей программы лояльности является:

1. **совершение повторных покупок**
2. стимулирование интереса к продукции
3. установление обратной связи
4. информирование о новом товаре

20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине «Инновации в коммерческой деятельности» проводится по одному из следующих форматов: а) по итогам текущей аттестации в семестре, при условии выполнения заданий на практических занятиях, написании итогового теста с определением количества правильных ответов, если их 50% и более, на последнем занятии выставляется зачет; б) если обучающийся не получил положительной оценки по итогам текущей аттестации, зачет выставляется по результатам ответа по КИМ по критериям, описанным в п.20.2.2. Контрольно-измерительные материалы предназначены для тех обучающихся, которые по результатам текущих аттестаций в семестре не получили зачет (в связи с их невыполнением или неудовлетворительным выполнением заданий, неудовлетворительными оценками по тестированию).

20.2.1 Перечень вопросов к зачету:

1. Инновационная экономика и ее черты.
2. Основные показатели развития инновационной экономики.
3. Технологические уклады. Направления технологического развития России на период до 2030 года.
4. Инновация и ее свойства.
5. Классификация инноваций.
6. Особенности маркетинговых инноваций.
7. Инновации в логистике.
8. Инновационный процесс и его типичные стадии.
9. Линейная модель инновационного процесса.
10. Диффузия инноваций. Модель Э.Роджерса.
11. Открытые и закрытые модели.
12. Модель технологического толчка.
13. Модель рыночного вызова.
14. Национальная инновационная система и ее основные элементы.
15. Инфраструктура национальной инновационной системы. Особенности венчурного финансирования.
16. Сущность и классификация объектов интеллектуальной собственности. Права на результаты интеллектуальной деятельности.
17. Лицензии и их виды.
18. Рынок объектов интеллектуальной собственности. Оценка интеллектуальной собственности.
19. Инновационные подходы в работе с клиентами. Стратегия формирования лояльности клиентов.
20. Инновационные методы привлечения и удержания клиентов.
21. Инновационные формы продаж. Особенности организации маркетинговых кампаний.
22. Разработка программ лояльности в коммерческой деятельности компаний.
23. Инновационные подходы в обслуживании клиентов.
24. Креативные технологии взаимодействия с потребителями.

20.2.2 Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации

КИМ формируется в соответствии с утвержденным перечнем вопросов (перечень вопросов к зачету), включает один из них.

Пример КИМ:

КИМ № 1

Направление подготовки / специальность: 38.03.01 Коммерческая деятельность и бизнес-риски

Дисциплина: Инновации в коммерческой деятельности

Форма обучения: очная

Вид контроля: зачет

Вид аттестации: промежуточная

Контрольно-измерительный материал №1

1. Инновационная экономика и ее черты.

Преподаватель _____
подпись расшифровка подписи

Описание технологии проведения

Обучающемуся выдается КИМ, содержащий один вопрос. Вначале в течение 15-20 минут обучающийся письменно излагает свой ответ на листах ответа на КИМ, затем устно раскрывает вопрос. Преподаватель вправе анализировать написанный ответ и задавать дополнительные вопросы, в том числе по темам, которые были пропущены обучающимся без уважительных причин.

Требования к выполнению заданий, шкалы и критерии оценивания.

Для оценивания результатов обучения на зачете используются следующие показатели:

1. знание теоретических основ и основных категорий инновационной экономики, инноваций в коммерческой деятельности;
2. владение понятийным аппаратом и понимание основных законов инновационного процесса, внедрения новшеств в коммерческой деятельности;
3. умение иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований.

Для оценивания результатов обучения на зачете используется шкала: «зачтено» (соответствие всем критериям), «незачтено» (не выполнены три критерия).

20.3 Фонд оценочных средств сформированности компетенций студентов, рекомендуемый для проведения диагностических работ

1) тестовые задания (закрытого типа среднего уровня сложности)

Задание 1

Что характеризует инновационную экономику?

1. воспроизводство знаний и их масштабная коммерциализация

2. капиталовложения в добывающие отрасли
3. рост сферы услуг
4. экстенсивный тип воспроизводства

Ответ: 1

Задание 2

Как называется тип инноваций, связанный с небольшими модификациями изменениями в дизайне продукта?

1. псевдоинновации
2. базисные инновации
3. улучшающие инновации
4. процессные

Ответ: 1

Задание 3

Что является исходным этапом в модели рыночного вызова?

1. изучение спроса и выявление скрытых потребностей клиентов
2. фундаментальные научные исследования
3. прикладные исследования и опытно-конструкторские разработки
4. разработка технологии

Ответ: 1

Задание 4

К какой разновидности интеллектуальной собственности относится новое конструктивное решение продукта?

1. полезная модель
2. промышленный образец
3. изобретение
4. технический образец

Ответ: 1

Задание 5

Какие процессы не обеспечивают формирование собственного инновационного потенциала фирмы?

1. проведение НИОКР
2. спонсорство
3. покупка лицензии на патент
4. приобретение инновационных малых фирм

Ответ: 1

Задание 6

Непосредственной задачей программы лояльности является:

1. совершение повторных покупок
2. стимулирование интереса к продукции
3. установление обратной связи
4. информирование о новом товаре

Ответ: 1

Задание 7

К какой группе относится марка розничной сети "Пятерочка"?

1. частная марка
2. сетевая марка
3. лицензионная марка
4. кобрендинговая марка

Ответ: 1

Задание 8

К инновационным средствам стимулирования сбыта и увеличения продаж относится один из инструментов:

1. организация программ геймификации
2. продажа по льготной цене
3. пресс-релизы
4. пресс-конференции

Ответ: 1

Задание 9

В чем заключается инновационный подход маркетинга лояльности:

1. нацеленность на продолжительное сотрудничество, долгосрочное взаимовыгодное взаимодействие с потребителями
2. привлечение клиентов агрессивной рекламой
3. получение максимальной выгоды для фирмы
4. ориентация прежде всего на осуществление транзакций

Ответ: 1

Задание 10

Каково основное содержание бенчмаркинга?

1. изучение опыта передовых фирм
2. анализ патентов
3. исследование рынка
4. анализ потребительского поведения целевой аудитории

Ответ: 1

Задание 11

В чем заключается инновация в сообщении в тизерной рекламе:

1. загадочность, интрига
2. точные сведения о товаре
3. скрытая информация о конкурентах
4. ссылка на сайт фирмы

Ответ: 1

2) тестовые задания (открытого типа среднего уровня сложности)

Задание 12

Как называется документ, раскрывающий содержание клиентского опыта при прохождении точек контакта потребителя с фирмой?

Ответ: карта пути покупателя

Задание 13

Как называется документ, разрабатываемый для реализации стратегии повышения лояльности потребителей?

Ответ: программа лояльности

Задание 14

Как называются одним термином использование инновационных игровых механик для увеличения вовлеченности потребителей?

Ответ: геймификация

Задания раздела 20.3 рекомендуются к использованию при проведении диагностических работ с целью оценки остаточных знаний по результатам освоения данной дисциплины.