

УТВЕРЖДЕНЫ

на заседании кафедры «ФСК»

«26» апреля 2016 г., протокол № 11

Зав. кафедрой «ФСК» _____ Н.В. Розенберг

Вопросы (задания) для экзамена

по дисциплине

«**Инновационный менеджмент**»

Направление подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес структурах»

Квалификация (степень) выпускника – магистр

Вопросы для проверки уровня обученности «знать»:

1. Инновационный процесс как объект инновационного менеджмента.
2. Нововведения как объект инновационного управления.
3. Признаки инноваций: методологические трудности.
4. Методология системного описания инноваций.
5. Движущие силы нововведений.
6. Субъекты инновационного процесса.
7. Инновации и инновационный процесс.
8. Понятие технологического уклада. Смена технологических укладов по периодам доминирования.
9. Характеристика современных технологических укладов.
10. Жизненный цикл технологического уклада и его основные характеристики.
11. Влияние технологического уклада на стратегический выбор развития организации.
12. Инновационный менеджмент: возникновение, становление и основные черты.
13. Формы инновационного менеджмента. Организация инновационного менеджмента.
14. Функции инновационного менеджмента.
15. Методы системного анализа и приемы анализа в системе инновационного менеджмента.
16. Методы маркетинга в системе инновационного менеджмента.
17. Методы управления персоналом в системе инновационного менеджмента.
18. Методы и приемы поиска инновационных идей.
19. Государственная инновационная политика.
20. Организационные формы инновационной деятельности в России.
21. Приоритетные направления развития науки, технологий и техники Российской Федерации.
22. Критические технологии развития Российской Федерации.
23. Инновационные цели и инновационный потенциал организации.
24. Показатели инновационной деятельности организации.
25. Управление инновационным проектом.
26. Функционально-стоимостный анализ инновационного проекта.
27. Основные теории стратегий конкурентной борьбы организаций: М. Портер, Х. Фризевинокель, Л.Г. Раменский.
28. Факторы, определяющие стратегии организаций.
29. Конкурентные стратегии в сфере крупного производства фирм-виолентов.
30. Конкурентные преимущества узкой специализации фирм-пациентов.
31. Конкурентная стратегия в сфере радикальных инноваций фирм-эксплерентов.

32. Конкурентные стратегии в сфере мелкого неспециализированного бизнеса фирм-коммутантов.
33. Инновационные стратегии организаций.
34. Риск и инновации.
35. Методы прогнозирования риск-менеджмента в инновационной деятельности.
36. Методы анализа и оценки рисков в инновационной деятельности.
37. Методы воздействия на риски в инновационной деятельности.
38. Оценка рисков в инновационной деятельности и антикризисные сценарии.
39. Источники информации инновационного процесса.
40. Реклама и PR в «новой экономике».
41. Реклама: особенности инновационной деятельности.
42. PR: особенности инновационной деятельности.
43. Реклама и PR инновационного продукта.
44. Реклама и PR на специализированных выставках и конференциях.
45. Реклама и PR участников в тендерах.
46. Инновационные технологии коммуникации с целевой аудиторией в рекламной и PR-деятельности.
47. Личность инноватора и инновационный коллектив.
48. Личность инвестора, «бизнес-ангела».
49. Личность инновационного потребителя.
50. Эффективность управления инновационной деятельностью.

Вопросы для проверки уровня обученности «уметь»:

1. Сравните содержание понятий «инновации» и «инновационный процесс».
2. Сравните объект и предмет инновационного менеджмента с объектами и предметами смежных наук.
3. Сравните содержание понятий «инновационный менеджмент» и «инновационный маркетинг».
4. Сравните содержание понятий «инновационная стратегия лидера» и «инновационная стратегия последователя».
5. Обывательское и даже экспертное мнение позиционирует инновационную экономику как национальную реакцию государства и населения на значительные ограничения, возникающие на пути экономического роста (например, увеличение или снижение цен на нефть), или на изменения «правил игры» на мировом рынке (установление санкционного режима, повышенных таможенных тарифов, квот и т.д.). Как вы думаете, насколько это утверждение верно? Обоснуйте свой ответ.
6. Сравните стили управления организацией как препятствующие и как мотивирующие развитие инновационного потенциала организации.
7. Назовите общие и особенные черты персонального менеджмента для традиционных и инновационных организаций.
8. Основываясь на теории смены технологического уклада, объясните сосуществование нескольких технологических укладов как современных.
9. Сравните содержание понятий новые организационных структур инновационной деятельности: инновационные бизнес-инкубаторы, малые инновационные фирмы, технопарки, технополисы, научные инновационные трансферные центры, наукограды. Приведите примеры.
10. Основываясь на теории смены технологического уклада, объясните действие механизма его влияния на стратегический выбор развития организаций.
11. Источники информации для инноваций организаций традиционно делят на «внешние» и «внутренние». Как потребители инновационной продукции (работ, услуг) могут выступить в обоих статусах? Сформулируйте свои предложения.

12. Приведите примеры технологий коммуникации с целевой аудиторией в рекламной и PR-деятельности, которые на сегодня вы готовы назвать инновационными.
13. Сравните содержание понятий «инновационная стратегия лидера» и «инновационная стратегия последователя». Приведите примеры.
14. Сравните содержание понятий «инновационная культура организации» и «инновационный потенциал организации».
15. Сравните мотивации таких участников инновационного процесса как инвестор и «бизнес-ангел».
16. Дайте сравнительные характеристики применения методов прогнозирования рисков в стратегическом и инновационном менеджменте.
17. Сравните функции инновационного и стратегического менеджмента.
18. Сравните содержание этапов развития инновационного менеджмента, названные как факторный подход, функциональная концепция и системный подход.

Задания для проверки уровня обученности «владеть»:

1. Постройте модель факторов оценки потенциала инновационного проекта на примере проекта мебели для кухни с использованием новых керамических материалов.
2. Постройте модель факторов принятия решения о целесообразности выпуска инновационного продукта на примере нового вида хлебобулочного продукта.
3. Постройте карту рисков ОАО «Энергия», которое планирует производство бытового пылесоса «Энергия-super» как инновационного продукта.
4. Постройте модель факторов принятия решения о целесообразности выпуска инновационного продукта на примере нового вида электротоваров: ОАО «Энергия» планирует производство бытового пылесоса «Энергия-super».
5. Предложите алгоритм оценки состояния инновационного потенциала организации на примере Пензенского госуниверситета, используя показатели развития маркетинга и стратегии организации.
6. Постройте карту рисков ПАО «Банк-Энергия», которое планирует выпуск собственных электронных карт в рамках программы развития региональных кредитно-платежных систем.
7. Постройте карту рисков ООО «Городок-Энергия», которое планирует производство универсальных отопительных систем, использующие твердые, жидкие и газообразные виды топлива, для владельцев индивидуального жилья в рамках региональной программы «ЭнергоГуберния».
8. Постройте модель факторов эффективности управления инновационной организацией.
9. Предложите показатели для оценки инновационной активности и инновационной конкурентоспособности организаций на примере Пензенского госуниверситета.
10. Предложите показатели для оценки инновационной активности и инновационной конкурентоспособности организаций на примере рекламных агентств города Пенза.
11. Предложите показатели для оценки потенциала инновационного проекта, отражающие: 1. стратегию организации, 2. маркетинговую ситуацию, 3. технологическую базу, 4. финансовые затраты.
12. Сформулируйте варианты миссии для инновационной организации для сферы: образования, сельского хозяйства, утилизации отходов.
13. Предложите маркетинговую стратегию инновационной организации для двух этапов цикла жизни организации: стартового (start up) этапа и этапа расширения (expansion).