

Контрольні питання

1. Класифікація первісних джерел інноваційних ідей.
1. Класифікація джерел інноваційної інформації.
2. Шляхи використання джерел інноваційної інформації.
3. Суть методології трансформації інформаційних потоків.
4. Класифікація методів генерування інноваційних ідей.
5. Особливості методу "мозкового" штурму.
6. Особливості методу морфологічного аналізу.
7. Алгоритм реалізації кластерного аналізу.
8. Творча форма ФВА та його алгоритм.
9. Характеристика показників якості "дерево якості".
10. Основні складові системи стандартизації та сертифікації Укр СЕПРО.
11. Методика оцінки ступеня новизни товару.
12. Характеристика методу відбору ідей з урахуванням перспектив реалізації.
13. Характеристика методу оціночної пікали.
14. Характеристика методу розрахунку рейтингу ідей.
15. Зміст алгоритму перевірки ідеї щодо можливостей фірми.
16. Застосування методу АВС - аналізу для визначення ресурсних можливостей фірми.
17. Модель оцінки комерційних характеристик нового товару В.Благоева.
18. Характеристика багаторівневої моделі товару Ф.Котлера.
19. Методика мультиатрибутивного моделювання товару.
20. Характеристика методу дисперсійного аналізу для визначення найкращої концепції товару.
21. Основні завдання стратегічного маркетингового планування нового бізнесу.
22. Різновиди маркетингових планів.
23. Показниками оцінки ринкової ситуації.
24. Особливість планування інновацій.
25. Планування партнерських відносин.
26. Бенчмаркінг. Основні компоненти, що складають логістичну підсистему бенчмаркінгу.
27. Поняття "корпоративна стратегія".
28. Компоненти, що входять у організаційну стратегію маркетингового менеджменту.
29. Алгоритм стратегічного планування у системі маркетингового менеджменту.
30. Алгоритм вибору виду стратегії фірми.
31. Характерні особливості стратегічних матриць І.Ансоффа., А.Томпсона та А.Стрикленда, Ж.-Ж. Ламбена?
32. Характерні особливості стратегічних матриць розвитку малих та середніх фірм.
33. Розділи маркетингового стратегічного плану.
34. Показники, що характеризують якість стратегічного управлінського рішення.
35. Основні проблеми має вирішувати тактичне маркетингове планування.
36. Етапи тактичного маркетингового планування.