МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМ. В.О. СУХОМЛИНСЬКОГО

Факультет економіки

Кафедра менеджменту організації та зовнішньоекономічної діяльності

Методичні рекомендації для виконання контрольної роботи з дисципліни

«**Інноваційний розвиток підприємства**

для студентів заочної форми навчання

галузі знань

0305 «Економіка та підприємництво»

Спеціальності 8.03050901”Облік і аудит»

Миколаїв - 2016

Методичні рекомендації по написанню контрольних робіт студентами факультету економіки розроблені: д.е.н., доцентом Л.В.Назаровою.

Відповідальний за випуск: д.е.н., старший викладач доцент Л.В.Назарова.

Програму схвалено на засіданні кафедри менеджменту організації та зовнішньоекономічної діяльності

Протокол від «\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ року № \_\_\_

Завідувач кафедри менеджменту організацій

та зовнішньоекономічної діяльності \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Назарова Л.В. (підпис)

ЗМІСТ

Зміст ...............................................................................................................................................3

Вступ...............................................................................................................................................4

Правила вибору варіанта та вимоги до оформлення контрольної роботи…………………………………………………………………………………………….6

Варіанти контрольної роботи.......................................................................................................7

Запитання на залік …………………………………………………………………………….26

Шкала оцінювання: національна та ECTS…………………………………………………28

Рекомендована література…………………………………………………………………..29

**ВСТУП**

***Мета вивчення дисципліни*** «Інноваційний розвиток підприємства» - формування у студентів знань та вмінь щодо забезпечення інноваційного розвитку підприємства, оцінювання його інноваційного потенціалу, обґрунтування та реалізації ефективних господарських рішень з розвитку економіки підприємства на інноваційних засадах.

**Завданнями дисципліни є:**

* вивчення понятійного апарата дисципліни «Інноваційний розвиток підприємства»;
* освоєння методологічних основ формування організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку підприємства;
* вивчення теоретичних основ і оволодіння методичними підходами щодо вибору напрямків інноваційного розвитку підприємства;
* оцінювання результативності формування та використання інноваційного потенціалу підприємства;
* набуття вмінь обґрунтовувати напрямки пріоритетного інноваційного розвитку та альтернативні варіанти управлінських рішень.

***Предмет дисципліни:*** закономірності, принципи, методи і процеси забезпечення інноваційного розвитку підприємства за умов глобалізації економіки.

***Місце дисципліни*** в навчальному процесі підготовки магістрів. Теоретичною і методологічною базою вивчення дисципліни є: економіка підприємства, економічна теорія, фінанси, маркетинг, менеджмент, макроекономіка, мікроекономіка, стратегія підприємств, міжнародна економіка.

***Знання та вміння***, що формуються під час вивчення дисципліни. Після вивчення дисципліни студент повинен:

***Знати:***

* сучасні організаційні форми інноваційного розвитку підприємства, його основні етапи та принципи ефективної взаємодії учасників даного процесу;
* методичні положення та інструментарій оцінювання інноваційного розвитку підприємства;
* світовий досвід державної підтримки інноваційного розвитку підприємства, методи та моделі його державного регулювання;
* стратегії виходу підприємств із кризового стану на основі впровадження інновацій;
* інструментарій залучення інвестицій в інновації та методичні засади оцінювання результативності інвестування;
* імперативи формування ринку наукових розробок та інноваційних ідей в Україні;
* основні технології охорони прав та економіки інтелектуальної власності, зокрема стандарти й об’єкти права інтелектуальної власності в Україні.

***Уміти:***

* обґрунтовувати напрямки пріоритетного інноваційного розвитку підприємства з урахуванням потреб та особливостей національної економіки;
* збирати і систематизувати маркетингову інформацію для відбору цільових ринків, вимірювання і прогнозування попиту, позиціонування інноваційної продукції підприємства;
* оцінювати стан, динаміку, ефективність використання інноваційного потенціалу підприємства та обґрунтовувати пріоритетні напрямки його нарощування;
* розробляти та обґрунтовувати управлінські рішення щодо забезпечення ефективності інноваційного розвитку суб’єктів господарювання;
* ідентифікувати та оцінювати ризики інноваційної діяльності, а також контролювати їхній рівень;
* економічно обґрунтовувати вибір способу охорони прав інтелектуальної власності підприємства.

**Програма навчальної дисципліни**

**Змістовний модуль 1.** *Основи інноваційного розвитку підприємства*

**Тема 1.1.** Предмет і методи дисципліни. Еволюційно-інституціональні теорії інноваційного розвитку підприємства

**Тема 1.2.** Формування організаційно-економічного механізму управління інноваційним розвитком у підприємстві.

**Тема 1.3.** Критерії і методичні основи вибору напрямків інноваційного розвитку підприємства.

**Тема 1.4.** Маркетинговий підхід до розроблення і виведення інновацій на ринок. Розроблення ідей і задумів інновацій та їх аналіз

**Тема 1.5.** Ресурсне та інформаційне забезпечення інноваційного розвитку підприємства.

**Змістовний модуль 2. *Розроблення інноваційної стратегії та оцінка її ефективності в умовах підприємства.***

**Тема 2.1.** Розроблення інноваційної стратегії розвитку підприємства..

**Тема 2.2.** Інвестиційна та маркетингова стратегії інноваційного розвитку підприємства.

**Тема 2.3.** Бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємства.

**Тема 2.4.** Методи оцінювання рівня інноваційного розвитку підприємства

**ПРАВИЛА ВИБОРУ ВАРІАНТА ТА ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ**

Контрольна робота з дисципліни **«**Інноваційний розвиток підприємства» показує наскільки глибоко студент засвоїв курс, як він уміє самостійно вивчати питання в рамках обраної теми.

Контрольна робота включає варіанти, кожен з яких містить теоретичне питання, тестові завдання і задачу.

Теми контрольних робіт обираються згідно двох останніх цифр номера залікової книжки за таблицею, наведеною в цих методичних вказівках, і узгоджуються з викладачем.

Після вибору теми необхідно підібрати літературні джерела, опрацювати їх і скласти план роботи. Для написання роботи поряд з опрацюванням джерел потрібно ознайомитись про формування системи теоретичних та практичних знань з конкурентоспроможності підприємств, формування умінь оцінювати їх позицію та розвивати конкурентні переваги. При написанні контрольної роботи не можна обмежуватись лише матеріалом підручників. Необхідно ознайомитись із законодавчими і нормативними актами з обраної теми, підібрати наукову літературу та ознайомитись із публікаціями в періодичних виданнях. Робота повинна бути виконана самостійно, без копіювання тексту підручника або посібника, інструкцій та інших нормативних матеріалів.

Виконується контрольна робота або на аркушах формату А 4 із написанням з однієї сторони і дотриманням таких розмірів полів: зліва – 30 мм, справа – 15 мм, знизу – 20 мм, зверху – 20 мм або у зошиті ***від руки.*** Писати слід розбірливим почерком без довільних скорочень, чорнилами або кульковою ручкою одного кольору. Обсяг теоретичної частини контрольної роботи повинен забезпечити повну відповідь на теоретичні питання і залежить від їх характеру.

Контрольна робота повинна бути належним чином оформлена. На титульному аркуші вказуються назви вищого навчального закладу, кафедри та контрольної роботи, прізвище, ім’я та по батькові студента, факультет, курс, група, номер залікової книжки, номер варіанту, прізвище, ім’я та по батькові керівника контрольної роботи, його вчений ступінь і посада. В кінці роботи наводиться список використаної літератури, ставиться дата завершення роботи та особистий підпис.

Список рекомендованої літератури наведено після переліку варіантів контрольної роботи. За текстом слід давати посилання на літературні джерела, які наводяться у списку літератури, в квадратних дужках.

Варіант контрольної роботи відповідає номеру прізвища студента за списком деканату.

**ВАРІАНТИ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ**

**Варіант завдань № 1**

**Теоретичні питання**

1. Сутність циклічності економічного розвитку
2. Оцінка інноваційного потенціалу підприємства

**Тестові завдання**

1. Продукт інтелектуальної діяльності людей, оформлений результат

фундаментальних, прикладних чи експериментальних досліджень у будь-якій

сфері людської діяльності, спрямований на підвищення ефективності виконання

робіт – це:

а) інновація;

б) новація;

в) винахід;

г) нововведення.

2. Кінцевий результат інноваційної діяльності, що отримав втілення у

формі виведеного на ринок нового чи вдосконаленого продукту, нового чи

вдосконаленого технологічного процесу, що використовується у практичній

діяльності або нового підходу до соціальних послуг – це:

а) новація;

б) нововведення;

в) інновація;

г) правильні відповіді б) і в);

ґ) усі відповіді правильні.

3. Фізичні чи юридичні особи, які здійснюють інноваційну діяльність і (або)

залучають майнові та інтелектуальні цінності, вкладають власні чи позичені

кошти в реалізацію інноваційних проектів – це:

а) суб’єкти інноваційної діяльності;

б) об’єкти інноваційної діяльності;

в) інвестори;

г) ініціатори нововведень.

4. Процес комерціалізації нововведень не включає:

а) дослідження ринку;

б) конструювання;

в) ринкове планування;

г) дослідно-конструкторські роботи;

ґ) ринкове випробування.

5. Процес поширення нововведення для використання у нових місцях, сферах

чи умовах – це:

а) інваріантність нововведення;

б) дифузія нововведення;

в) система франчайзингу;

г) трансфер інновацій.

6. Які з визначень можна віднести до поняття “нововведення”:

а) це підсумковий результат створення та освоєння принципово нового або

модернізованого засобу (нововведення);

б) прибуткове використання інновацій у вигляді нових технологій, видів

продуктів, організаційно-технічних і соціально-економічних рішень виробничого,

фінансового, комерційного або іншого характеру;

в) розвиток технології, техніки, управління на стадіях зародження,

освоєння, дифузії на інших об’єктах;

г) процес стратегічного маркетингу, НДДКР, організаційно-технічної

підготовки виробництва, виробництва й оформлення нововведень, їх

впровадження (або перетворення в інновацію) і поширення в інші сфери

(дифузія);

ґ) процес отримання та комерціалізації винаходу, нових технологій, видів

продукції чи послуг, рішень виробничого, фінансового характеру та інших

результатів інтелектуальної діяльності;

д) система взаємодії інноваторів, інвесторів, товаровиробників

конкурентоспроможної продукції та розвинутої інфраструктури;

е) оформлений результат фундаментальних, прикладних досліджень або

експериментальних робіт у будь-якій сфері діяльності, спрямованих на

підвищення її ефективності.

7. Класифікація інновацій за змістом діяльності не включає:

а) ринкові інновації;

б) управлінські інновації;

в) організаційні інновації;

г) технологічні інновації;

ґ) економічні інновації.

8. Життєвий цикл інновації – це:

а) період від створення новинки до моменту її введення у експлуатацію;

б) період від зародження ідеї, створення новинки та її практичного

використання до моменту її зняття з виробництва;

в) період від створення новинки до моменту її запуску у масове

виробництво.

9. “Гребінчиків” вигляд класичної кривої життєвого циклу продукту

свідчить про те, що:

а) продукт через деякий проміжок часу перестає цікавити споживачів і

швидше, ніж очікувалось, знімається з виробництва;

б) наявні сезонні коливання попиту на продукт;

в) створення продукту відбувається за певними стадіями, між якими існує

великий інноваційний лаг;

г) передавання продукту з попередньої стадії життєвого циклу на наступну

здійснюється на комерційній основі.

10. Інновації, що забезпечують виживання підприємства, оскільки

здійснюються у відповідь на дії конкурентів – це:

а) псевдоінновації;

б) поліпшувальні інновації;

в) реактивні інновації;

г) організаційні інновації.

**Варіант завдань № 2**

**Теоретичні питання**

1. Види ефектів від реалізації інновацій
2. Поняття, принципи і чинники функціонування інноваційного підприємства

**Тестові завдання**

1. Вперше ввів термін “інновація”:

а) К. Маркс;

б) X. Кларк;

в) Й. Шумпетер;

г) М. Туган-Барановський;

ґ) Ф. Хайєк.

2. Завершальною ланкою і формою матеріалізації фундаментальних

досліджень, засобом безпосереднього впливу науки на сферу виробництва є:

а) технологія;

б) технологічна операція;

в) дослідно-конструкторська розробка;

г) нововведення;

ґ) організація.

3. Інноваційні процеси, результатом яких є нові вироби, технології їх

виготовлення, засоби виробництва, називаються:

а) економічними;

б) соціальними;

в) організаційними;

г) технічними;

ґ) юридичними.

4. Нововведення, що зумовлюють переважно еволюційні перетворення у

сфері діяльності конкретних підприємств, є:

а) локальними;

б) соціальними;

в) глобальними;

г) економічними;

ґ) технічними.

5. Технічні нововведення зумовлюють насамперед відповідні:

а) соціальні нововведення;

б) організаційні нововведення;

в) економічні нововведення;

г) локальні нововведення;

ґ) юридичні нововведення.

6. Які з визначень можна віднести до поняття “інновація”:

а) це підсумковий результат створення та освоєння принципово нового або

модернізованого засобу (нововведення);

б) прибуткове використання інновацій у вигляді нових технологій, видів

продуктів, організаційно-технічних і соціально-економічних рішень виробничого,

фінансового, комерційного або іншого характеру;

в) розвиток технології, техніки, управління на стадіях зародження,

освоєння, дифузії на інших об’єктах;

г) процес стратегічного маркетингу, НДДКР, організаційно-технічної

підготовки виробництва, виробництва й оформлення нововведень, їх

впровадження (або перетворення в інновацію) і поширення в інші сфери

(дифузія);

ґ) процес отримання та комерціалізації винаходу, нових технологій, видів

продукції чи послуг, рішень виробничого, фінансового характеру та інших

результатів інтелектуальної діяльності;

д) система взаємодії інноваторів, інвесторів, товаровиробників

конкурентоспроможної продукції та розвинутої інфраструктури.

7. Результатом інноваційних процесів є:

а) нововведення;

б) новинки;

в) інновація;

г) винахід.

8. Під час інноваційного процесу фундаментальні дослідження

проводяться:

а) на фазі “наука”;

б) на фазі “дослідження”;

в) на фазі “розробка”;

г) на фазі “виробництво”;

ґ) на фазі “споживання”.

9. Розвиток науки визначається:

а) потребами технічного прогресу;

б) соціальними потребами;

в) економічними потребами;

г) фінансовими потребами;

ґ) духовними потребами.

10. Пропозиція з використання якоїсь вже обґрунтованої та впровадженої

ідеї інновацій називається:

а) ініціацією інновацій;

б) дифузією інновацій;

в) нововведенням;

г) усі відповіді правильні.

**Варіант завдань № 3**

**Теоретичні питання**

1. Поняття про інноваційну інфраструктуру
2. Способи та методи активізації інноваційної діяльності на підприємстві

**Тестові завдання**

1. Інновації, що забезпечують виживання підприємств (як реакція на

нововведення, здійснюване конкурентами), називаються:

а) стратегічними інноваціями;

б) реактивними інноваціями;

в) псевдоінноваціями;

г) юридичними інноваціями;

ґ) соціальними інноваціями.

2. Інновації поділяються на реактивні та стратегічні за таким критерієм:

а) роль у процесі виробництва;

б) характер задоволення попиту;

в) час виникнення;

г) масштаб поширення;

ґ) за причинами виникнення;

д) рівень корисності.

3. Завершальною ланкою і формою матеріалізації фундаментальних

досліджень, засобом безпосереднього впливу науки на сферу виробництва є:

а) технологія;

б) технологічна операція;

в) дослідно-конструкторська розробка;

г) нововведення;

ґ) організація.

4. Класична класифікація інновацій запропонована:

а) К. Марксом;

б) X. Кларком;

в) Й. Шумпетером;

г) М. Туган-Барановським;

ґ) Ф. Хайєком.

5. Інноваційний процес – це:

а) це підсумковий результат створення та освоєння принципово нового або

модернізованого засобу (нововведення);

б) прибуткове використання інновацій у вигляді нових технологій, видів

продуктів, організаційно-технічних і соціально-економічних рішень виробничого,

фінансового, комерційного або іншого характеру;

в) розвиток технології, техніки, управління на стадіях зародження,

освоєння, дифузії на інших об’єктах;

г) процес стратегічного маркетингу, НДДКР, організаційно-технічної

підготовки виробництва, виробництва й оформлення нововведень, їх

впровадження (або перетворення в інновацію) і поширення в інші сфери

(дифузія);

ґ) процес отримання та комерціалізації винаходу, нових технологій, видів

продукції чи послуг, рішень виробничого, фінансового характеру та інших

результатів інтелектуальної діяльності;

6. Результатом інноваційної діяльності є:

а) інтелектуальний продукт;

б) новини;

в) інновації;

г) технології.

7. Інновації, що орієнтуються на виробництво і використання нових

(поліпшених) продуктів у сфері виробництва або у сфері споживання – це:

а) ринкові інновації;

б) продуктові інновації;

в) інновації процесу;

г) технологічні інновації.

8. Життєвий цикл інновації – це:

а) період від зародження ідеї, створення і поширення нововведення до його

використання;

б) процес фінансування розроблення та впровадження нового продукту чи

послуги;

в) процес отримання та комерціалізації винаходу, нових технологій, видів

продукції чи послуг, рішень виробничого, фінансового характеру та інших

результатів інтелектуальної діяльності.

9. Суб’єктами інноваційної діяльності є (оберіть найбільш точні

визначення):

а) фізичні або юридичні особи, які провадять інноваційну діяльність;

б) технологи, конструктори, маркетологи, економісти, фінансисти, які

виконують специфічні функції з технологічного проектування та конструювання

новацій, забезпечення фінансами науково-дослідних і проектно-пошукових робіт,

калькулювання витрат ресурсів, цінового проектування, просування на ринок (у

разі інновації-товару) тощо;

в) фізичні або юридичні особи, які вкладають власні чи позичені кошти в

реалізацію інноваційних проектів;

г) інноватори, інвестори, які вкладають кошти в реалізацію інноваційних

проектів;

ґ) фізичні або юридичні особи, які залучають майнові та інтелектуальні

цінності

д) правильні відповіді а), в), ґ);

е) правильні відповіді б), г);

є) усі відповіді правильні.

10. Закон України “Про інноваційну діяльність прийнятий”:

а) ще не прийнятий;

б) 1999 році;

в) 2000 році;

г) Ваш варіант відповіді \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

**Варіант завдань № 4**

**Теоретичні питання**

1. Поняття і класифікація інновацій
2. Маркетинг та інновації як головні фактори розвитку бізнесу

**Тестові завдання**

1 Сукупність підрозділів, що безпосередньо не беруть участі у створенні

нової (профільної) продукції підприємства, але своєю діяльністю сприяють

роботі основних цехів, називають:

а) виробничою інфраструктурою;

б) інфраструктурою;

в) соціальною інфраструктурою;

г) капітальним будівництвом;

г) виробничою структурою.

2. Ви менеджер, працюєте на ринку нових товарів і бажаєте розширити

свій ринок. При вивченні ринку нових товарів ви використовуєте таке джерело:

а) думку ваших клієнтів про товари на ринку;

б) думку ваших друзів про новинки;

в) перегляд бізнес-каталогів;

г) власну книгу замовлень;

ґ) думку вашого торгового представника.

3. Коли крива попиту на інвестиції знижується, усе з переліченого

залишається постійним, за винятком:

а) стану технології;

б) процентної ставки;

в) оплати праці;

г) стану науки;

ґ) очікувань щодо майбутнього попиту на продукцію.

4. Потенційний попит на продукцію формується:

а) на стадії розроблення і підготовки нової продукції до виходу на ринок;

б) на етапі виходу нової продукції на ринок;

в) на етапі утвердження нової продукції на ринку;

г) на стадії зрілості інноваційної продукції.

5. До внутрішніх чинників, що впливають на розмір та характер попиту,

відносять:

а) прибутки споживачів;

б) технічний рівень підприємства;

в) рекламу;

г) правове забезпечення;

ґ) ціну на продукцію,

6. До зовнішніх чинників, що впливають на розмір та характер попиту,

відносять:

а) прибутки споживачів;

б) технічний рівень підприємства;

в) рекламу;

г) правове забезпечення;

ґ) ціну на продукцію.

7. Стимулюють попит на нову продукцію такі чинники:

а) підвищення фондовіддачі;

б) підвищення матеріаломісткості;

в) випередження конкурентів за часом випуску продукції;

г) випередження конкурентами за якістю продукції.

8. Законом попиту називають:

а) залежність між витратами та попитом на продукцію;

б) залежність між обсягом реалізації та ціною на продукцію;

в) залежність між ціною та попитом на продукцію.

9. Попит – це:

а) обсяг продукції, що задовольняє потреби споживача;

б) обсяг продукції, котрий споживач хоче й у змозі придбати;

в) обсяг продукції, котрий підприємство в змозі виробляти.

10. Повноцінний попит характеризує:

а) неможливість задоволення споживачів за рахунок наявних на ринку

товарів і послуг;

б) виникнення коливань попиту протягом значних проміжків часу;

в) адекватність нововведень бажанням споживачів, перехід нововведення в

стадію зрілості, надмірний попит;

г) попит на товари, шкідливі для здоров’я.

**Варіант завдань № 5**

**Теоретичні питання**

1. Особливості аналізу попиту на інновації та мотивації суб’єктів інноваційного процесу
2. Методи оцінки ризиків в інноваційній діяльності

**Тестові завдання**

1. Характеристики підприємства, його продукції чи послуг, які дають йому

певні переваги над прямими конкурентами – це:

а) конкурентна сила підприємства;

б) конкурентні переваги підприємства;

в) конкурентні важелі підприємства;

г) конкурентні позиції підприємства.

2. Обсяг продукції, який споживач хоче та спроможний придбати за

деякою із можливих цін протягом певного часу на конкретному ринку – це:

а) попит на продукцію;

б) точка ринкової рівноваги;

в) критичний обсяг продукції;

г) усі відповіді правильні.

3. Планування створення нового товару передбачає здійснення інноваційної

діяльності за такими етапами:

а) генерування ідей, розроблення концепції товару, розроблення та

створення дослідного зразка, пробне виробництво;

б) пошук ідей і їх оцінювання, розроблення конструкції товару,

виготовлення дослідного зразка, промислове виробництво товару;

в) генерування ідей, оцінювання та відбір перспективних ідей, розроблення

концепції товару, розроблення та створення дослідного зразка, пробний

маркетинг.

4. До методів генерування ідей не належить:

а) метод інверсії;

б) метод морфологічного аналізу;

в) метод аналогій;

г) метод елімінування;

ґ) метод синектики.

5. Метод комплексного техніко-економічного дослідження об’єкта з

метою розвитку його корисних функцій при оптимальному співвідношенні між їх

значущістю для споживача і витратами на їх здійснення – це:

а) метод функціонально-вартісного аналізу;

б) метод контрольних запитань;

в) метод інверсії;

г) метод елімінування;

ґ) метод синектики.

6. Попит, що відображає неможливість задоволення потреб споживачів за

рахунок наявних на ринку товарів і послуг – це:

а) негативний попит;

б) прихований попит;

в) потенційний попит;

г) нерегулярний попит.

7. Потенційний попит на продукцію формується на стадії:

а) утвердження нової продукції на ринку;

б) зрілості продукції;

в) виходу нової продукції на ринок;

г) задуму і розроблення нової продукції.

8. До внутрішніх чинників, що впливають на розмір та характер

попиту, не належить:

а) кількість майбутніх споживачів продукції;

б) ціна продукції;

в) швидкість впровадження нової продукції;

г) наявність гарантійного обслуговування;

ґ) якість продукції;

д) реклама продукції.

9. До зовнішніх чинників, що впливають на розмір та характер попиту, не

належить:

а) реклама продукції;

б) загальний стан економіки;

в) правова база інноваційної діяльності;

г) розвиток науково-технічного прогресу;

ґ) доходи споживачів.

10. Закон попиту характеризує:

а) залежність між витратами на виготовлення продукції і попитом

на неї;

б) залежність між обсягом реалізації та ціною на продукцію;

в) залежність між ціною та попитом на продукцію;

г) залежність між витратами на виготовлення продукції і ціною на неї.

**Варіант завдань № 6**

**Теоретичні питання**

1. Особливості ринку інновацій
2. Стратегіі інноваційного розвитку підприємства

**Тестові завдання**

1. Інноваційна політика підприємства передбачає:

а) створення нових робочих місць;

б) оновлення вироблюваної продукції;

в) підвищення техніко-технологічного рівня виробництва;

г) диверсифікацію виробництва.

2. Стратегія інноваційної діяльності спрямована на прийняття рішень

відносно:

а) нових ринків збуту продукції;

б) оцінки рівня ризику витрат;

в) наукових досліджень та конструкторських розробок;

г) досягнення конкурентної переваги підприємства.

3. Яка інноваційна стратегія визначається тим, що характер

технологічних змін фірми підпорядкований політиці іншої фірми, яка є головною

на даному ринку продукції і виступає замовником у кооперативних, зв’язках:

а) наступальна;

б)захисна;

в) імітаційна;

г) залежна;

ґ) традиційна.

4. Яка інноваційна стратегія пов’язана з використанням поліпшуючих

інновацій та визначається позицією поруч і трохи позаду піонерних

технологічних змін:

а) наступальна;

б)захисна;

в) імітаційна;

г) залежна;

г) традиційна.

5. Яка інноваційна стратегія пов’язана з копіюванням технології

виробництва продукції фірм-піонерів, виходом на ринок інтелектуальної

власності:

а) наступальна;

б) захисна;

в) імітаційна;

г)залежна;

д)традиційна.

6. Яка інноваційна стратегія пов’язана з прагненням фірми досягти

технічного та ринкового лідерства шляхом створення та впровадження нових

продуктів:

а) наступальна;

б) захисна;

в) імітаційна;

г) залежна;

ґ) традиційна.

7. Інноваційна діяльність підприємства:

а) не залежить від розмірів виробництва;

б) зумовлена розмірами підприємства;

в) залежить від ступеня ризику інноваційного рішення.

8. Інноваційна політика підприємства – це:

а) частина стратегії підприємства, що полягає у впроваджені цільових змін у

виробничий процес;

б) частина стратегії, спрямована на реалізацію шляхів впровадження

інновацій;

в) загальна стратегія підприємства, націлена на упровадження нових ідей та

розробок у процес виробництва з метою їх комерційної реалізації.

9. При розробленні інноваційної стратегії підприємства враховуються:

а) ринкова позиція підприємства;

б) науково-технічна політика підприємства;

в) життєвий цикл продукту;

г) усі відповіді правильні

10. Дайте відповідь, яка інноваційна стратегія пов’язана удосконаленнями

форми і сервісу продукції, закріпленням певних інноваційних форм на тривалий

період їх “життєвого циклу”:

а) наступальна;

б) захисна;

в) імітаційна;

г) залежна;

ґ) традиційна.

**Варіант завдань № 7**

**Теоретичні питання**

1. Сутність та структура національної інноваційної системи
2. Система фінансування інноваційної діяльності на рівні держави

**Тестові завдання**

1. Форма стратегічного управління, яка визначає цілі і умови здійснення

інноваційної діяльності підприємства, спрямованої на забезпечення його

конкурентоспроможності і оптимальне використання наявного виробничого

потенціалу – це:

а) інноваційна стратегія;

б) стратегічне планування;

в) інноваційна політика;

г) конкурентна стратегія;

ґ) виробнича стратегія.

2. Формування інноваційної політики має здійснюватися на основі таких

принципів:

а) орієнтація на вирішення поточних проблем інноваційної діяльності,

цілеспрямованість, орієнтація на потреби ринку, планомірність;

б) переважання стратегічної спрямованості, орієнтація на потреби ринку,

цілеспрямованість, комплексність, планомірність, інформаційна забезпеченість;

в) орієнтація на потреби ринку, цілеспрямованість, науковий підхід до

обґрунтування інноваційних рішень, комплексність, планомірність.

3. До складових інноваційної політики не належать:

а) маркетингова політика;

б) політика у галузі науково-дослідницьких і проектно-конструкторських

робіт;

в) політика структурних змін;

г) виробнича політика; г) інвестиційна політика.

4. Здатність до стабільної виробничої діяльності в межах обраної

стратегії в умовах складного і мінливого зовнішнього середовища – це:

а) виробничо-технічний потенціал підприємства;

б) інноваційний потенціал підприємства;

в) конкурентний потенціал підприємства;

г) технічний потенціал підприємства.

5. Захисна стратегія опирається на інноваційну політику \_\_\_\_\_\_ типу:

а) ризикового;

б) еволюційного;

в) витратного;

г) залежного.

6. Тип інноваційної політики, спрямований на піонерне впровадження

радикальних інновацій, створених фірмою – це:

а) революційний тип;

б) опортуністичний тип;

в) наступально-ризиковий тип;

г) наступальний тип.

7. До головних завдань інноваційної політики наступального типу не

належить:

а) моніторинг споживчого ринку з метою своєчасного виявлення нових

запитів споживачів та нових ринкових сегментів;

б) внесення змін у внутрішнє середовище фірми, необхідних для швидкого

впровадження новацій;

г) підтримка діяльності власних спеціалізованих науково-дослідницьких

підрозділів;

ґ) стимулювання ініціативності працівників фірми у продукуванні нових

ідей, організація внутрішньофірмового підприємництва;

д) забезпечення умов для підвищення конкурентоспроможності продукції,

що випускається фірмою, з метою утримання зайнятої частки ринку.

8. Норми, правила організаційної поведінки, що встановлюють

взаємозв’язок між розвитком підприємства і напрямами його інноваційної

діяльності – це:

а) елементи інноваційної політики;

б) принципи формування інноваційної політики;

в) принципи здійснення інноваційної політики;

г) все перелічене вище.

9. Необхідність залучення до процесу розроблення інновацій всіх внутрішніх

елементів підприємства – це принцип:

а) комплексності;

б) плановості;

в) цілісності;

г) цілеспрямованості;

ґ) інформаційної забезпеченості.

10. Завдяки якій складовій інноваційної політики менеджмент

підприємства має змогу вивчити структуру товарного ринку і прийняти рішення

щодо форм і методів розвитку конкурентного середовища на ньому:

а) технічній політиці;

б) маркетинговій політиці;

в) політиці у галузі науково-дослідницьких і проектно-конструкторських

робіт;

г) політиці структурних змін;

ґ) інвестиційній політиці.

**Варіант завдань № 8**

**Теоретичні питання**

1. Маркетинговий підхід до розробки та виведення інновацій на ринок
2. Поняття та класифікація об’єктів інтелектуальної власності

**Тестові завдання**

1. Технологія, за якої протягом життєвого циклу попиту на продукт для

його виготовлення використовуються нові базові технології – це:

а) плодотворна технологія;

б) мінлива технологія;

в) стабільна технологія;

г) квазістабільна технологія.

2. “Технологічний розрив” характеризує:

а) розбіжності у потенціалах нової та старої технологій;

б) розбіжності у ефективності нової та старої технологій;

в) обсяг коштів, необхідних для вкладання у нову технологію з метою

досягнення нею результативності, яку має на сьогодні стара технологія;

г) усі відповіді правильні;

ґ) правильні відповіді а) і б).

3. До форм розвитку техніко-технологічної бази підприємства не

належать:

а) модернізація устаткування;

б) технічне доозброєння підприємства;

в) нове будівництво;

г) реконструкція.

4. Вкажіть, яким із перелічених нижче показників не оцінюється рівень

прогресивності технології:

а) структурою технологічних процесів за трудомісткістю;

б) часткою нових технологій за обсягом або трудомісткістю продукції;

в) середнім віком застосовуваних технологічних процесів;

г) коефіцієнтом використання сировини і матеріалів;

ґ) питомою металомісткістю устаткування;

д) оцінюється всіма показниками.

5. Витрати на капремонт будуть економічно виправданими, коли

коефіцієнт ефективності витрат на його проведення є величиною:

а) додатною;

б) від’ємною;

в) рівною нулю.

6. Комплекс робіт з технічної підготовки не включає:

а) відпрацьовування конструкції виробу на технологічність;

б) розроблення технологічних процесів;

в) конструювання і виготовлення спеціального технологічного устаткування

й оснащення;

г) відпрацьовування і впровадження технологічних процесів;

ґ) запуск продукції у виробництво.

7. Економічно ефективніший варіант технології виготовлення виробів

визначається:

а) порівнянням технологічної собівартості;

б) порівнянням величини умовно-постійних витрат на виготовлення

продукції;

в) порівнянням величини витрат на заробітну плату з розрахунку на

одиницю продукції;

г) усі відповіді правильні.

8. Технологічний контроль креслень з метою забезпечення відповідності

даної конструкції вимогам економічності її виготовлення – це процес:

а) оцінювання ефективності виготовлення продукції;

б) розроблення технології виготовлення виробів;

в) відпрацьовування конструкції виробу на технологічність;

г) усі відповіді правильні.

9. Для економічного обґрунтування черговості заміни обладнання

використовують:

а) коефіцієнт оновлення обладнання;

б) коефіцієнт ефективності витрат на проведення капітального ремонту

обладнання;

в) коефіцієнт ефективності використання робочого часу обладнання;

г) термін експлуатації обладнання.

10. Сигналом до здійснення технологічних змін є:

а) зменшення обсягу продажу продукції підприємства;

б) погіршення фінансових показників підприємства;

в) погіршення показників ефективності виробництва;

г) усі відповіді правильні;.

ґ) правильні відповіді б) і в).

**Варіант завдань № 9**

**Теоретичні питання**

1. Система механізмів фінансування інноваційних проектів
2. Преференції та пільги для суб’єктів інноваційної діяльності в Україні

**Тестові завдання**

1. Стратегічне управління інноваційною діяльністю включає:

а) розроблення планів і програм інноваційної діяльності;

б) обґрунтування проектів створення нових продуктів;

в) розроблення ефективних організаційних форм управління реалізацією

інноваційних проектів;

г) управління ресурсним забезпеченням інноваційних програм та проектів;

ґ) усі відповіді правильні;

д) правильні відповіді а), б) і г).

2. Оперативне управління інноваційною діяльністю не включає:

а) складання календарних планів-графіків виконання робіт;

б) контролювання реалізації завдань інноваційної діяльності;

в) розроблення коригуючих заходів у процесі реалізації інноваційних

завдань;

г) стимулювання інноваційної діяльності;

ґ) забезпечення виконання інноваційних завдань необхідними

матеріальними та інформаційними ресурсами;

д) оцінювання альтернативних інноваційних проектів та прийняття рішення

щодо вибору кращого із них для реалізації цілей та завдань фірми.

3. Стратегічне планування інноваційної діяльності підприємства включає

етапи:

а) аналіз зовнішнього середовища і прогнозування його розвитку;

б) оцінювання інноваційного потенціалу підприємства;

в) визначення інноваційних можливостей підприємства;

г) формування стратегічних інноваційних цілей;

ґ) розроблення інноваційних проектів;

д) реалізація інноваційних проектів;

е) усі відповіді правильні.

4. Стратегія, що пов’язана з прагненням фірми досягти лідерства на ринку

шляхом створення та впровадження нових продуктів – це стратегія:

а) традиційна;

б) ризикова;

в) наступальна;

г) стратегія “за нагодою”.

5. Стратегія, спрямована на те, щоб утримати конкурентні позиції фірми

на вже існуючих ринках – це стратегія:

а) традиційна;

б) захисна;

в) імітаційна;

г) стратегія “ринкової ніші”.

6. Стратегія, заснована на придбанні ліцензій чи інших об’єктів

інтелектуальної власності у фірм, що їх створили – це стратегія:

а) традиційна;

б) захисна;

в) імітаційна;

г) стратегія “ринкової ніші;

ґ) наступальна;|

д) стратегія “за нагодою”.

7. Зовнішнє середовище – це:

а) сукупність господарських суб’єктів, економічних, суспільних і

природних умов, національних та міждержавних інституційних структур та інших

зовнішніх відносно підприємства умов і чинників, що діють у глобальному

оточенні;

б) сукупність господарських суб’єктів, національних та міждержавних

інституційних структур, що діють у зовнішньому щодо підприємства оточенні;

в) сукупність економічних, суспільних і природних умов, зовнішніх

відносно підприємства, які тим чи іншим чином впливають на його діяльність.

8. Підпільне, контрабандне винахідництво, потаємна робота над

позаплановими проектами – це:

а) бутлегерство;

б) внутрішнє підприємництво;

в) венчурне підприємництво.

9. Продуктово-тематичне планування інновацій включає:

а) формування продуктово-тематичного портфеля інноваційної діяльності;

б) підготовку програм і заходів оновлення продукції;

в) розрахунок потреби у ресурсах для реалізації інноваційного проекту;

г) удосконалення технології і організації виробництва;

ґ) визначення обсягів робіт, що мають бути виконані за кожним

інноваційним проектом;

д) усі відповіді правильні;

е) правильні відповіді а), б) і г).

10. Методи, що передбачають складання планів-графіків реалізації

інноваційного проекту за окремими стадіями (роботами, етапами), контроль за

їх дотриманням і ліквідацію відхилень від планів-графіків з метою оптимізації

термінів реалізації проекту – це:

а) мережеві методи управління;

б) методи управління за цілями;

в) методи термінової оптимізації;

г) графічні методи.

**Варіант завдань № 10**

**Теоретичні питання**

1. Поняття про інноваційну інфраструктуру
2. Правовий захист продуктів інтелектуальної діяльності в Україні

**Тестові завдання**

1. Процес ефективного формального і неформального впливу на людей у

зв’язку з реалізацією місії підприємства (фірми) називається:

а) лідерство;

б) регулювання;

в) комунікація;

г) мотивація;

д)організація.

2. При розробленні інноваційної стратегії підприємства враховуються:

а) ринкова позиція підприємства;

б) науково-технічна політика підприємства;

в) життєвий цикл продукту;

г) усі відповіді правильні.

3. Розроблення інноваційної стратегії підприємства починається з:

а) формулювання загальної мети підприємства;

б) розроблення плану інноваційної діяльності підприємства;

в) вибору джерел фінансування інноваційного проекту;

г) оцінювання ринку збуту.

4. Які з перелічених чинників не перешкоджають проведенню інноваційної

діяльності у великих організаціях:

а) узгодженість роботи всіх підрозділів;

б) складність структури ієрархії;

в) стимулювання інноваційних заходів;

г) опір змінам.

5. Розроблення інноваційної стратегії підприємства ґрунтується на:

а) аналізі зовнішнього та внутрішнього середовища;

б) фінансовій стійкості підприємства;

в) аналізі конкурентної позиції підприємства;

г) аналізі фінансового стану конкурентів.

6. Які чинники впливають на формування стратегічних цілей діяльності

підприємства:

а) зміни на ринку;

б) зміни зовнішнього середовища через державне регулювання;

в) внутрішні зміни на підприємстві;

г) зміни економічних, політичних і соціальних умов.

7. Система стратегічних цілей розвитку підприємства визначається:

а) кон’юнктурою ринку;

б) місією підприємства;

в) поведінкою підприємств-конкурентів;

г) умовами державного регулювання.

8. Яка організаційна структура управління сприяє інноваційній діяльності

на підприємстві:

а) лінійно-функціональна;

б) матрична;

в) дивізіональна;

г) лінійна.

9. Постійний систематичний пошук можливостей для створення нових

товарів називається:

а) генеруванням ідей;

б) проектуванням нового товару;

в) економічним обґрунтуванням створення нового товару.

10. Генерування ідей при плануванні інноваційної діяльності – це:

а) систематичний пошук можливостей для створення нової продукції;

б) пошук можливостей удосконалення технологічного процесу для

підвищення конкурентного рівня підприємства;

в) систематичний пошук можливостей для підвищення ефективності

використання матеріальних ресурсів підприємства.

ЗАПИТАННЯ НА ЗАЛІК

1. Інноваційний потенціал підприємства.

2. Сутність інноваційної діяльності підприємства.

3. Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку підприємства.

4. Управління інноваційними проектами підприємства.

5. Формування бізнес-плану інноваційного проекту.

6. Бізнес-планування інноваційних проектів.

7. Система показників ефективності інноваційних проектів.

8. Інноваційна стратегія підприємства.

9. Інноваційна стратегія регіону.

10. Інноваційна стратегія галузі.

11. Інноваційні ризики.

12. Формування інноваційної політики підприємства.

13. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності підприємства.

14. Стратегія формування інвестиційних ресурсів щодо інноваційної

діяльності підприємства.

15. Інноваційна активність підприємства.

16. Обгрунтування доцільності впровадження інноваційних проектів.

17. Планування інноваційної діяльності підприємства.

18. Вплив факторів внутрішнього середовища на інноваційний розвиток підприємства.

19. Вплив факторів зовнішнього середовища на інноваційний розвиток (інноваційну діяльність) підприємства.

20. Інноваційна діяльність підприємства та конкурентоспроможність.

21. Диверсифікація підприємства.

22. Організаційно-економічне забезпечення інноваційного розвитку

підприємства.

23. Процес формування інноваційного потенціалу підприємства.

24.Сутність циклічності економічного розвитку підприємства.

25. Роль інновацій у циклічності економічного розвитку підприємства.

26. Типи розвитку економіки підприємства.

27. Класифікація чинників інноваційного розвитку підприємства.

28. Види ефектів від реалізації інновацій у підприємстві.

29. Методи вимірювання рівня інноваційного розвитку.

30. Організаційні структури для реалізації нововведень у підприємстві.

31. Сутність та структура національної інноваційної системи.

32. Особливості та розвиток національної інноваційної системи України.

33. Особливості ринку інновацій.

34. Поняття про інноваційну інфраструктуру.

35. Основні елементи інноваційної інфраструктури.

36. Маркетинг та інновації як головні фактори розвитку бізнесу.

37. Роль і завдання маркетингу інновацій.

38. Інноваційний та життєвий цикл продуктової інновації.

39. Маркетинговий підхід до розробки та виведення інновацій на ринок.

40. Особливості аналізу попиту на інновації та мотивації суб’єктів інноваційного процесу.

41. Маркетингові інструменти на етапах інноваційного процесу.

42. Сутність і характеристика інноваційного потенціалу підприємства.

43. Зміст та структура потенціалу інноваційного розвитку.

44. Оцінка інноваційного потенціалу підприємства.

45. Оцінка ринкового потенціалу підприємства.

46. Оцінка виробничо-збутового потенціалу підприємства.

47. Механізм управління потенціалом інноваційного розвитку.

48. Поняття, принципи і чинники функціонування інноваційного підприємства.

49. Стратегіі інноваційного розвитку підприємства.

50. Способи та методи активізації інноваційної діяльності на підприємстві.

51. Система механізмів фінансування інноваційних проектів.

52. Етапи формування й оптимізація складу джерел і механізмів фінансування інновацій.

53. Система фінансування інноваційної діяльності на рівні держави.

54. Поняття та види ризиків інноваційної діяльності.

55. Інноваційні ризики, спричинені дією факторів макро- та мікросередовища, методи їх аналізу та зниження.

56. Методи оцінки ризиків в інноваційній діяльності.

57. Цілі, етапи та методи управління ризиками в інноваційної діяльності.

58. Сутність державної інноваційної політики та її стратегічні орієнтири.

59. Преференції та пільги для суб’єктів інноваційної діяльності в Україні.

60. Методи та інструменти державного регулювання інноваційного розвитку.

61. Поняття та класифікація об’єктів інтелектуальної власності.

62. Правовий захист продуктів інтелектуальної діяльності в Україні.

63. Сутність комунікаційних процесів в інноваційній сфері.

64. Глобальне інформаційне суспільство та інноваційна економіка.

65. Глобальні інформаційні комунікації в інноваційній сфері.

**ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Сума балів за всі види навчальної діяльності | ОцінкаECTS | Оцінка за національною шкалою | |
| для екзамену, курсового проекту (роботи), практики | для заліку |
| 90 – 100 | **А** | відмінно | зараховано |
| 80-89 | **В** | добре |
| 64-79 | **С** |
| 55-64 | **D** | задовільно |
| 50-54 | **Е** |
| 35-49 | **FX** | незадовільно | не зараховано |
| 1-34 | **F** |

**РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

**Основна:**

1. Економіка й організація інноваційної діяльності: підручник / за ред. О. І. Волкова, М. П. Денисенка. – К.:Професіонал, 2011. – 960 с.

2. Йохна М. А. Економіка і організація інноваційної діяльності: навч.посіб. / М. А. Йохна, В. В. Стадник. – К.: Академія, 2011. – 400 с.

3. Заблоцький Б. Ф. Економіка й організація інноваційної діяльності: навч. посіб. / Б. Ф. Заблоцький. – Львів: Новий Світ-2000, 2008. – 456 с. 6.

4. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: підручник. / С.М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2010. – 334 с.

5. Сурин А. В. Инновационный менеджмент: учебник / А. В. Сурин, О. П. Молчанова. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 368 с.

6. Микитюк П. П. Інноваційна діяльність : навч. посіб. / П. П.Микитюк, Б. Г. Сенів. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 392 с.

7. Гриньов А. В. Інноваційний розвиток промислових підприємств:концепція, методологія, стратегічне управління / А. В. Гриньов. – Х. : ІНЖЕК, 2003. – 308 с.

8. Шумпетер Й. Теория экономического развития: Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры / Й. Шумпетер. – М. : Прогресс, 1982. – 456 с.

9. Федулова Л. І. Інноваційна економіка : Підручник / Л. І. Федулова. – К. : Либідь, 2006. – 480 с.

**Додаткова:**

1. Александрова В. П. Джерела фінансового забезпечення інноваційної діяльності / В. П. Александрова // Проблеми науки. – 2011. – № 1. – С. 22-35.

2. Андронова О. Ф. Трансфер технологій як інструмент реалізації інноваційної діяльності : Монографія / О. Ф. Андронова, А. В. Череп. – К.: Кондор, 2007. – 356 с.

3. Антонюк Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації : Монографія / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. – К.: КНЕУ, 2010. – 394 с.

4. Аньшин В. М. Менеджмент инвестиций и инноваций в малом и венчурном бизнесе : учеб. пособ. / В. М. Аньшин, С. А. Филин. - М.: Анкил, 2003. – 360 с.

5. Блауг М. Управління інноваціям: Україна та зарубіжний досвід: Монографія / М. В. Гаман. – К.: Вікторія, 2011. – 312 с.

6. Жихор О. Б. Інноваційний розвиток регіону: монографія / О. Б. Жихор, Т. М. Куценко. – К.: УБС НБУ, 2012. – 251 с.

7. Інноваційна стратегія українських реформ / А. Гальчинський, В. Геєць, А. Кінах, В. Семиноженко. – К.: Знання, 2012. – 336 с.

8. Інвестиційно-інноваційні чинники формування розвитку й управління конкурентоспроможним потенціалом підприємства: Монографія / Солоха Д.В., Морева В.В., Чирков С.О., Козлова В.Я., Бєлякова О.В. – Донецьк: СПД Дмитренко Л.Р., 2010. – 400 с.

9. Инновации и экономический рост: Монография / Отв. ред. К. Микульский. – М. : Наука, 2010. – 377с.

10. Инновационный менеджмент : справ. пособие / Под ред. П. Н. Завлина, А. К. Казанцева, Л. Э. Миндалли. – СПб. : Наука, 2007.– 560 с.

11. Онишко С. В. Фінансове забезпечення інноваційного розвитку Текст : Монографія / С. В. Онишко. – Ірпінь : НАДПСУ, 2004. – 434 с.

12. Соловьев В. П. Инновационная деятельность как системный процесс в конкурентной экономике (Синергетический эффект инноваций) / В. П. Соловьев. – К. : Феникс, 2011. - 560 с.

13. Солоха Д.В. Формирование и реализация инновационного потенциала в условиях устойчивого развития промышленного региона. Монография / Д.В. Солоха. – Донецк.: СПД Куприянов В.С., 2010. – 612 с.

14. Фатхутдинов Р.А. Стратегическая конкурентоспособность : Учебник / Р. А. Фатхутдинов. – М.: Экономика, 2012. – 504 с. 7

**Інформаційні ресурси:**

Періодичні видання України з проблем інноваційного розвитку:

1. http://www.banker.com.ua – Банківські новини

2. http://www.business.ua – журнал "Бизнес"

3. http://www.expert.ua – журнал " Эксперт–Украина"

4. http://www.dsnews.com.ua – газета "Деловая Столица"

5. http://www.kommersant.ua – газета " Коммерсант–Украина"

6. http://www.companion.ua – журнал "Компаньон"

7. http://www.kontrakty.com.ua – газета "Контракты"

8. http://www.investgazeta.net – "Украинская инвестиционная газета"

9. http://www.korrespondent.net – Українська мережа новин "Korrespondent.net

**Офіційні сайти державних органів влади:**

10. http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1023-12 – Офіційний сайт Верховної Ради України

11. http://www.stat.gov.ua – Офіційний сайт Державного статистичного управління України

12. http://www.biz-registr.com.ua/?ct=12 – Офіційний WWW-Регістр бізнес-сайтів України і зарубіжжя

13. http://www.min.gov.ua – Офіційний сайт Кабінету міністрів України