

МАРКЕТИНГ ТА МЕНЕДЖМЕНТ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

ЗАПИТАННЯ ДО ЕКЗАМЕНУ

1. Розвиток сучасного підприємства (фірми) на основі інтелектуальних ресурсів та управління організаційним знанням.
2. Традиційна фірма і фірма, заснована на знаннях. Концепція інтелектуальної організації.
3. Інноваційне підприємство. Венчурне підприємство.
4. Віртуальна фірма.
5. Інтелектуальні ресурси. Інтелектуальний капітал. Інтелектуальна праця.
6. Інтелектуальний продукт підприємства (фірми), його істотні ознаки і види.
7. Інтелектуальна власність підприємства (фірми), її структура та об'єкти.
8. Інтелектуальна власність як інструмент ефективного бізнесу та чинник його конкурентоспроможності.
9. Маркетингова діяльність підприємства: види, цілі, функції.
10. Середовище маркетингу.
11. Основні відмінності ринкової діяльності підприємства у сфері інтелектуальної власності.
12. Комерціалізація об'єктів прав інтелектуальної власності: у складі технології чи інноваційного товару; передавання прав на користування інтелектуальною власністю; уступка прав інтелектуальної власності.
13. Ринки уречевленої інтелектуальної власності (інноваційних і традиційних продуктів). Ринки об'єктів прав інтелектуальної власності (патентно-ліцензійний ринок).
14. Основні агенти та інфраструктура ринків інтелектуальної власності.
15. Комплекс маркетингу інтелектуальної власності. Особливості маркетингу основних видів інтелектуальної власності.
16. Глобалізація ринку об'єктів прав інтелектуальної власності в умовах транснаціональної інноваційної діяльності.
17. Маркетингові дослідження: сутність, цілі, об'єкти та напрями.
18. Основні етапи і методи маркетингових досліджень.
19. Аналіз маркетингової інформації.
20. Міжнародні (національні, галузеві) патентно-кон'юнктурні дослідження. Визначення кон'юнктури та тенденцій розвитку ринків інноваційних продуктів.
21. Банки ліцензій як механізм маркетингового обслуговування на ринку об'єктів прав інтелектуальної власності.

22. Сегментування ринків інноваційних продуктів і об'єктів прав інтелектуальної власності. Специфіка вибору цільового ринку та базової стратегії маркетингу.
23. Ринкове позиціонування об'єктів прав інтелектуальної власності. Формування прогнозу ринку об'єктів прав інтелектуальної власності для підприємства (фірми).
24. Оцінювання конкурентного потенціалу підприємства (фірми) на національному і міжнародних ринках інноваційних продуктів і об'єктів прав інтелектуальної власності.
25. Комерціалізація об'єктів прав інтелектуальної власності у складі інноваційного продукту.
26. Інновація: сутність, основні категорії і види.
27. Життєвий цикл інноваційного продукту.
28. Маркетингова діяльність фірми на кожному з етапів життєвого циклу інноваційного продукту.
29. Інноваційна монополія підприємства на перших етапах життєвого циклу.
30. Ціноутворення на інноваційний продукт.
31. Поширення інноваційного продукту. Просування інновацій.
32. Роль права інтелектуальної власності для маркетингу інноваційних продуктів і забезпечення конкурентоспроможності товарів і послуг.
33. Особливості життєвого циклу об'єктів прав інтелектуальної власності. Маркетингова діяльність фірми на кожному з етапів життєвого циклу об'єктів прав інтелектуальної власності.
34. Вартісне оцінювання об'єктів прав інтелектуальної власності: сутність, цілі, етапи.
35. Основні підходи до розрахунку вартості об'єктів прав інтелектуальної власності: витратний (інвестиційний); порівняльний (ринковий); прибутковий (дохідний).
36. Організація торгівлі ліцензіями.
37. Основні центри, динаміка і тенденції розвитку міжнародного ринку ліцензій.
38. «Піратство» інтелектуальної власності на ринках ліцензійних товарів: зміст, причини, форми.
39. Комерційна концесія (франчайзинг).
40. Уступка прав інтелектуальної власності. Торгівля патентами. «Патентні війни» на міжнародних ринках.
41. Просування об'єктів прав інтелектуальної власності на ринок.

42. Управління інтелектуальними ресурсами підприємства (фірми): сутність, функції.
43. Менеджмент знань. Менеджер знань. Директор департаменту з управління знаннями.
44. Основні етапи та технології управління рухом знань. Праця зі знаннями (knowledge work).
45. Мережеві джерела знань фірми. Навчання працівників. Інвестиції в знання.
46. Сутність, види науково-дослідницьких робіт на підприємстві (фірмі). Управління науково-дослідними та дослідно-конструкторськими роботами.
47. Мотивування працівників до інноваційної діяльності.
48. Некомерційний обмін об'єктами прав інтелектуальної власності.
49. Промисловий шпіонаж.
50. Патентний менеджмент як складова інноваційного менеджменту. Патент. Патентна активність підприємства.
51. Патентно-ліцензійна служба (відділ, спеціаліст з інтелектуальної власності) підприємства: обов'язки, повноваження та відповідальність.
52. Планування патентно-ліцензійної роботи на підприємстві.
53. Вибір між патентною охороною і засекречуванням.
54. Патентна експертиза об'єкта інтелектуальної власності. Визначення вартості патенту.
55. Контроль за патентною діяльністю на підприємстві. Патентна «парасолька». Патентний пул підприємств. Методи обходу патентів.
56. Патентно-ліцензійна діяльність інженерних фірм. Патентно-ліцензійна діяльність у малому інноваційному бізнесі.
57. Інтелектуальна власність у некомерційних науково-дослідницьких та освітніх структурах.
58. Ділова репутація як нематеріальний актив підприємства (фірми).
59. Репутаційний капітал. Вартість ділової репутації (гудвіл).
60. Аудит репутації.
61. Моніторинг публічної думки про діяльність підприємства.
62. Виявлення репутаційних ризиків.
63. Розроблення стратегії захисту і формування позитивної ділової репутації підприємства (фірми).
64. Підтримка і захист ступеня довіри і лояльності споживачів та інших контактних аудиторій до підприємства (товарного знаку, марки).