

Документ подписан простой электронной подписью  
 Информация о владельце:  
 ФИО: Косенок Сергей Михайлович  
 Должность: ректор  
 Дата подписания: 20.06.2025 07:59:11  
 Уникальный программный ключ:  
 e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6b01ef8736

## Тестовое задание для диагностического тестирования по дисциплине:

Основы предпринимательской деятельности, 6 семестр

|                             |                                              |
|-----------------------------|----------------------------------------------|
| Код, направление подготовки | 09.03.02 ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ |
| Направленность (профиль)    | Информационные системы и технологии          |
| Форма обучения              | очная                                        |
| Кафедра-разработчик         | Менеджмента и бизнеса                        |
| Выпускающая кафедра         | информатики и вычислительной техники         |

| Проверяемая компетенция    | Задание                                                                                                                | Варианты ответов                                                                                                                        | Тип сложности вопроса |
|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| УК-2.1<br>УК 2.2           | <i>Множественный выбор</i><br><br>Выберите один правильный ответ: Что не является продуктом?                           | А) товар;<br>Б) услуга;<br>В) сервис;<br>Г) ценностное предложение                                                                      | Низкий                |
| УК-2.2<br>УК-2.3           | <i>Выбор пропущенных слов</i><br><br>Выберите пропущенные слова из предложенного списка: Гипотеза - это...             | А) любое предположение о продукте;<br>Б) подтвержденный факт чего-либо;<br>В) то, что не требует подтверждения;<br>Г) знание о клиенте. | Низкий                |
| УК-2.1<br>УК-2.2<br>УК-2.3 | <i>Множественный выбор</i><br><br>Выберите один правильный ответ: Какие сущности являются самыми важными для продукта? | А) цена и скидки;<br>Б) удобство и комфорт для пользователя;<br>В) количество функций;<br>Г) ценность и потребность для клиента.        | Низкий                |
| УК-2.2<br>УК-2.3           | <i>Выбор пропущенных слов</i><br><br>HADI циклы применяются для ....?                                                  | А) для оценки бизнеса;<br>Б) для первых продаж;<br>В) для проверки гипотез;<br>Г) для определения объема рынка.                         | Низкий                |

|                                                                  |                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                               |                |
|------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| <b>УК-2.1</b><br><b>УК-2.2</b><br><b>УК-2.3</b><br><b>УК-3.3</b> | <i>Множественный выбор</i><br><br>Выберите один правильный ответ: Основная задача MVP (минимально жизнеспособный продукт) - это:                                                                                     | А) продать продукт как можно дороже;<br>Б) привлечь максимальное количество клиентов;<br>В) проверить гипотезы;<br>Г) провести хороший питч.                                                                                  | <b>Низкий</b>  |
| <b>УК-2.1</b><br><b>УК-2.2</b>                                   | <i>Множественный выбор</i><br><br>Расположите типы объема рынка от наиболее крупного к более мелкому:<br>А) SAM;<br>Б) RAM;<br>В) TAM;<br>Г) SOM;                                                                    | А) Б, А, Г, В;<br>Б) А, В, Г, Б;<br>В) Б, В, А, Г;<br>Г) В, А, Б, Г                                                                                                                                                           | <b>Средний</b> |
| <b>УК-2.1</b><br><b>УК-3.1</b><br><b>УК-3.2</b><br><b>УК-3.3</b> | <i>Выбор пропущенных слов</i><br><br>Выберите пропущенные слова из предложенного списка: Формула ценности для клиента: ценность =                                                                                    | А) выгоды/затраты;<br>Б) цена*стоимость;<br>В) затраты*выгоды;<br>Г) выгоды/количество целевой аудитории.                                                                                                                     | <b>Средний</b> |
| <b>УК-2.3</b>                                                    | <i>Множественный выбор</i><br><br>Выберите один правильный ответ: Какое соотношение времени и сил в среднем отнимают клиенты из сегментов С и D?                                                                     | А) отнимают 20% времени, приносят 80% прибыли;<br>Б) отнимают 80% времени, а прибыли приносят 20%;<br>В) практически не отнимают времени и приносят до 80% прибыли;<br>Г) отнимают до 80% времени, но и прибыли приносят 80%. | <b>Средний</b> |
| <b>УК-2.2</b>                                                    | <i>Выбор пропущенных слов</i><br><br>Выберите пропущенное слово из предложенного списка: Как называется тип взаимодействия с клиентами, когда один бизнес оказывает услуги или продает продукты для другого бизнеса? | А) B2C;<br>Б) B2G;<br>В) B2B;<br>Г) C2C.                                                                                                                                                                                      | <b>Средний</b> |
| <b>УК-2.1</b><br><b>УК-2.2</b>                                   | <i>Множественный выбор</i><br><br>Выберите один правильный ответ: Какая модель расчета                                                                                                                               | А) слева направо;<br>Б) справа налево;<br>В) вперед назад;<br>Г) сверху вниз.                                                                                                                                                 | <b>Средний</b> |

|                                                                  |                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                |
|------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
|                                                                  | оценки рынка используется в стартапах?                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                |
| <b>УК-2.1</b>                                                    | <p><i>Множественный выбор</i></p> <p>Выберите один правильный ответ: Что не является одним из определений ценности продукта?</p>                              | <p>А) это субъективное восприятие полезности/важности продукта, возникающее у потребителя в процессе выбора;</p> <p>Б) это то, что предпочитает потребитель в соответствии с целями и задачами;</p> <p>В) это взгляд покупателя на изменение — станет ли потенциально лучше для клиента при том или ином выборе;</p> <p>Г) это цена, за которую клиент готов купить наше решение.</p> | <b>Средний</b> |
| <b>УК-2.1</b>                                                    | <p><i>Выбор пропущенных слов</i></p> <p>Выберите пропущенное слово из предложенного списка: увеличение количества функций в продукте на ранних стадиях...</p> | <p>А) увеличит количество продаж;</p> <p>Б) может быть избыточно;</p> <p>В) упростит выбор покупателя;</p> <p>Г) увеличит охват целевой аудитории.</p>                                                                                                                                                                                                                                | <b>Средний</b> |
| <b>УК-2.1</b><br><b>УК-2.2</b><br><b>УК-2.3</b><br><b>УК-3.3</b> | <p><i>Множественный выбор</i></p> <p>Выберите один правильный ответ: Какой этап не обязательно проходить перед созданием MVP?</p>                             | <p>А) найм команды разработчиков;</p> <p>Б) сегментация целевой аудитории;</p> <p>В) формулирование ценностного предложения;</p> <p>Г) проведение клиентского интервью.</p>                                                                                                                                                                                                           | <b>Средний</b> |
| <b>УК-2.1</b><br><b>УК-2.2</b>                                   | <p><i>На соответствие</i></p> <p>Установите соответствие между определением и типом объема рынка:</p>                                                         | <p>А) Потенциально доступный объем целевого рынка;</p> <p>Б) Общий объем целевого рынка;</p> <p>В) Доступный объем целевого рынка;</p> <p>Г) Реально достижимый объем целевого рынка;</p>                                                                                                                                                                                             | <b>Средний</b> |

|                                      |                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                            |                |
|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
|                                      |                                                                                                                                       | 1- TAM,<br>2- SOM,<br>3- RAM,<br>4-SAM                                                                                                                                                     |                |
| УК-2.1<br>УК-2.2                     | <i>Все или ничего</i><br><br>Выберите несколько правильных вариантов ответа: Из каких блоков состоят HADI- циклы:                     | А) данные;<br>Б) гипотезы;<br>В) отчеты;<br>Г) действия;<br>Д) выводы;                                                                                                                     | <b>Средний</b> |
| УК-2.1<br>УК-2.2<br>УК-2.3           | <i>Все или ничего</i><br><br>Выберите все правильные варианты ответов:<br>Что из перечисленного можно назвать продуктом:              | А) маркетинговая кампания "Поможем детям";<br>Б) робот-пылесос;<br>В) приложение по созданию сайтов;<br>Г) услуги каршеринга.                                                              | <b>Высокий</b> |
| УК-2.2                               | <i>Все или ничего</i><br><br>Выберите все правильные варианты ответов: Для чего нужно знать целевую аудиторию?                        | А) чтобы определить каналы продаж;<br>Б) чтобы формировать ценовую политику<br>В) чтобы выбрать канал коммуникации и запустить эффективную рекламу;<br>Г) чтобы определять конверсию.      | <b>Высокий</b> |
| УК-2.1<br>УК-2.2<br>УК-2.3<br>УК-3.3 | <i>На соответствие</i><br><br>Соотнесите пример товара/услуги с соответствующим типом конкурентов:                                    | 1. Сок «Добрый» и Fanta<br>2. Ресторан и магазин «Перекресток»;<br>3. Бургерная и спортзал;<br>4. Apple и Samsung<br><br>А) прямые;<br>Б) косвенные;<br>В) заменители;<br>Г) альтернативы. | <b>Высокий</b> |
| УК-3.3<br>УК-2.1<br>УК-2.2<br>УК-2.3 | <i>Все или ничего</i><br><br>Выберите все правильные варианты ответов: Для чего нужно делать MVP (минимально жизнеспособный продукт)? | А) подтвердить жизнеспособность идеи и проверить гипотезы о продукте с помощью реальных данных;<br>Б) снизить риск крупных финансовых                                                      | <b>Высокий</b> |

|                                           |                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                              |                       |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
|                                           |                                                                                                                    | <p>потерь в случае выпуска неудачного продукта;</p> <p>В) определить ценностное предложение;</p> <p>Г) сократить стоимость разработки за счет приоритезации важных и выявления невостребованных функций.</p> |                       |
| <p><b>УК-2.1</b></p> <p><b>УК-2.2</b></p> | <p><i>Все или ничего</i></p> <p>Выберите все правильные варианты ответов: Из каких блоков состоят HADI- циклы:</p> | <p>А) данные;</p> <p>Б) гипотезы;</p> <p>В) отчеты;</p> <p>Г) действия;</p> <p>Д) выводы;</p>                                                                                                                | <p><b>Высокий</b></p> |