

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Косенок Сергей Михайлович
 Должность: ректор
 Дата подписания: 01.07.2025 15:20:09
 Уникальный программный ключ:
 e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdf836

Форма оценочного материала для диагностического тестирования.

Тестовое задание для диагностического тестирования по дисциплине:

Основы предпринимательской деятельности, 3 семестр

Код, направление

04.05.01 Фундаментальная и прикладная химия

подготовки

Направленность

Аналитическая химия

(профиль)

Форма обучения

Кафедра-разработчик

Финансов, денежного обращения и

Выпускающая кафедра

Проверяемая компетенция	Задание	Варианты ответов	Тип сложности вопроса
УК-2.1 УК 2.2	<i>Множественный выбор</i> Выберите один правильный ответ: что не является продуктом?	А) товар; Б) услуга; В) сервис; Г) ценностное предложение	Низкий
УК-2.2 УК-2.3	<i>Выбор пропущенных слов</i> Выберите пропущенные слова из предложенного списка: Гипотеза - это...	А) любое предположение о продукте; Б) подтвержденный факт чего-либо; В) то, что не требует подтверждения; Г) знание о клиенте.	Низкий
УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3	<i>Множественный выбор</i> Выберите один правильный ответ: Какие сущности являются самыми важными для продукта?	А) цена и скидки; Б) удобство и комфорт для пользователя; В) количество функций; Г) ценность и потребность для клиента.	Низкий
УК-2.2 УК-2.3	<i>Выбор пропущенных слов</i> HADI циклы применяются для?	А) для оценки бизнеса; Б) для первых продаж; В) для проверки гипотез; Г) для определения объема рынка.	Низкий
УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-3.3	<i>Множественный выбор</i> Выберите один правильный ответ: Основная задача	А) продать продукт как можно дороже;	Низкий

	MVP (минимально жизнеспособный продукт) - это:	Б) привлечь максимальное количество клиентов; В) проверить гипотезы; Г) провести хороший питч.	
УК-2.1 УК-2.2	<i>Множественный выбор</i> Расположите типы объема рынка от наиболее крупного к более мелкому: А) SAM; Б) RAM; В) TAM; Г) SOM;	А) Б, А, Г, В; Б) А, В, Г, Б; В) Б, В, А, Г; Г) В, А, Б, Г	Средний
УК-2.1 УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3	<i>Выбор пропущенных слов</i> Выберите пропущенные слова из предложенного списка: Формула ценности для клиента: ценность =	А) выгоды/затраты; Б) цена*стоимость; В) затраты*выгоды; Г) выгоды/количество целевой аудитории.	Средний
УК-2.3	<i>Множественный выбор</i> 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; Б) отнимают 80% времени, а прибыли приносят 20%; В) практически не отнимают времени и приносят до 80% прибыли; Г) отнимают до 80% времени, но и прибыли приносят 80%.	Средний
УК-2.2	<i>Выбор пропущенных слов</i> 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; Б) B2G; В) B2B; Г) C2C.	Средний
УК-2.1 УК-2.2	<i>Множественный выбор</i> Выберите один правильный ответ: Какая модель расчета оценки рынка используется в стартапах?	А) слева направо; Б) справа налево; В) вперед назад; Г) сверху вниз.	Средний

УК-2.1	<i>Множественный выбор</i> Выберите один правильный ответ: Что не является одним из определений ценности продукта?	А) это субъективное восприятие полезности/важности продукта, возникающее у потребителя в процессе выбора; Б) это то, что предпочитает потребитель в соответствии с целями и задачами; В) это взгляд покупателя на изменение — станет ли потенциально лучше для клиента при том или ином выборе; Г) это цена, за которую клиент готов купить наше решение.	Средний
УК-2.1	<i>Выбор пропущенных слов</i> Выберите пропущенное слово из предложенного списка: увеличение количества функций в продукте на ранних стадиях...	А) увеличит количество продаж; Б) может быть избыточно; В) упростит выбор покупателя; Г) увеличит охват целевой аудитории.	Средний
УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-3.3	<i>Множественный выбор</i> Выберите один правильный ответ: Какой этап не обязательно проходить перед созданием MVP?	А) найм команды разработчиков; Б) сегментация целевой аудитории; В) формулирование ценностного предложения; Г) проведение клиентского интервью.	Средний
УК-2.1 УК-2.2	<i>На соответствие</i> Установите соответствие между определением и типом объема рынка:	А) Потенциально доступный объем целевого рынка; Б) Общий объем целевого рынка; В) Доступный объем целевого рынка; Г) Реально достижимый объем целевого рынка; 1- TAM, 2- SOM,	Средний
		3- RAM, 4-SAM	

УК-2.1 УК-2.2	<i>Все или ничего</i> Выберите несколько правильных вариантов ответа: Из каких блоков состоят HADI- циклы:	А) данные; Б) гипотезы; В) отчеты; Г) действия; Д) выводы;	Средний
УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3	<i>Все или ничего</i> Выберите все правильные варианты ответов: Что из перечисленного можно назвать продуктом:	А) маркетинговая кампания "Поможем детям"; Б) робот-пылесос; В) приложение по созданию сайтов; Г) услуги каршеринга.	Высокий
УК-2.2	<i>Все или ничего</i> Выберите все правильные варианты ответов: Для чего нужно знать целевую аудиторию?	А) чтобы определить каналы продаж; Б) чтобы формировать ценовую политику В) чтобы выбрать канал коммуникации и запустить эффективную рекламу; Г) чтобы определять конверсию.	Высокий
УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-3.3	<i>На соответствие</i> Соотнесите пример товара/услуги с соответствующим типом конкурентов:	1. Сок «Добрый» и Fanta 2. Ресторан и магазин «Перекресток»; 3. Бургерная и спортзал; 4. Apple и Samsung А) прямые; Б) косвенные; В) заменители; Г) альтернативы.	Высокий
УК-3.3 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3	<i>Все или ничего</i> 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; Б) снизить риск крупных финансовых потерь в случае выпуска неудачного продукта; В) определить ценностное предложение;	Высокий

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