

Документ подписан простой электронной подписью  
 Информация о владельце:  
 ФИО: Косенок Сергей Михайлович  
 Должность: ректор  
 Дата подписания: 06.06.2024 14:47:24  
 Уникальный программный ключ:  
 e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfc9876

## Тестовое задание для диагностического тестирования по дисциплине:

### *Введение в профессиональную деятельность, 1 семестр*

Код, направление подготовки	11.03.02. Инфокоммуникационные технологии и системы связи
Направленность (профиль)	Корпоративные инфокоммуникационные системы и сети
Форма обучения	Очная
Кафедра-разработчик	Радиоэлектроники и электроэнергетики
Выпускающая кафедра	Радиоэлектроники и электроэнергетики

№	Проверяемая компетенция	Задание	Варианты ответов	Тип сложности вопроса
1	ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5	Что из следующего списка может быть ограничением?	1) Оборудование 2) Оператор 3) Убеждение 4) Стандарт	низкий
2	ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5	Источником проектной идеи может быть	1) Проблема 2) Целевая аудитория 3) Технология 4) Все перечисленное 5) Ничего из перечисленного	низкий

3	ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5	Укажите правила, которым должно соответствовать дерево текущей реальности	<ul style="list-style-type: none"> <li>1) Строится только на основе нежелательных явлений</li> <li>2) Может содержать гипотезы по решению проблем</li> <li>3) Используется для упорядочивания фактов во временной последовательности</li> <li>4) Используется для выстраивания причинно-следственных связей между нежелательными явлениями</li> <li>5) Создается с целью поиска корневой проблемы</li> <li>6) Создается с целью поиска решения поставленной проблемы</li> </ul>	низкий
4	ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5	Технологический маркетинг – это набор действий, выполняемых для:	<ul style="list-style-type: none"> <li>1) Определения MVP проекта</li> <li>2) Определения потребностей потребителей результатов проекта</li> <li>3) Составления плана осуществления бизнес-операций</li> <li>4) Оценки затрат на инвестиционный проект и его результатов</li> <li>5) Продвижение новых технологических решений на рынок</li> </ul>	низкий
5	ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5	Укажите верные утверждения	<ul style="list-style-type: none"> <li>1) Заказчиком проекта может быть только один субъект</li> <li>2) У проекта может быть несколько заказчиков</li> <li>3) Потребителем результатов проекта может быть только один субъект</li> <li>4) Потребителем результатов проекта может быть несколько субъектов</li> <li>5) Заказчик обязательно является и потребителем результатов проекта</li> </ul>	низкий

6	ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5	Распределите укрупненные шаги технологического маркетинга в логическом порядке:	а. Проверить MVP на широкой аудитории б. Определить элементарное решение в. Создать и утвердить MVP г. Убедиться, что потребительская «боль» существует	средний
7	ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5	Методология Customer Development гласит:	1) Слушай рынок, тестируй гипотезы и боли и только после этого начинай разработку 2) Не приступай к разработке новой технологии, не проверив наличия аналогов 3) Находи узкое место в производственном процессе и расширяй его пропускную способность 4) При проведении клиентского интервью используй только открытые вопросы, позволяющие получить больше информации	средний
8	ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5	К вам обратился заказчик с запросом: «Я хочу, чтобы вы разработали мне мобильное приложение, которое понравится моим клиентам». Какие вопросы помогут нам выявить боль в диалоге с заказчиком?	1) Зачем вам потребовалась разработка приложения? 2) С каким потоком посетителей должно справляться приложение? 3) Для каких платформ будем разрабатывать приложение? 4) Почему вы считаете, что мобильное приложение важно для ваших клиентов?	средний
9	ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5	Модели бизнес-процессов – это средства для	1) Управления процессами организации 2) Анализа эффективности процесса 3) Описания изменений 4) Определения зон ответственности субъектов позиционной схемы деятельности 5) Задания правил поведения участников позиционной схемы деятельности	средний
10	ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5	Что производит компания?	А) материальные блага В) ценность и стоимость С) оказывает услуги	средний

11	ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5	Основные бизнес-процессы...	<p>1) создают добавленную стоимость и приводят к образованию прибыли</p> <p>2) наиболее типичные бизнес-процессы в организации</p> <p>3) это преобладающие по объему бизнес-процессы в организации</p>	средний
12	ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5	Построение моделей деятельности предприятия ...	<p>1) необходимо, чтобы иметь инструмент для обучения вновь поступающих сотрудников предприятия</p> <p>2) позволяет с помощью модельного описания и реализации моделирования на современных средствах вычислительной техники снизить уровень непроизводительных потерь</p> <p>3) необходимо для оптимизации функционирования всех его подразделений</p> <p>4) Все перечисленное</p>	средний
13	ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5	Бизнес-модель – это ...	<p>1. Упрощенное концептуальное представление бизнеса и механизм его функционирования, описывающее логику и способы ведения бизнеса.</p> <p>2. Характеризует, каким образом компания ведет свой бизнес, действует и конкурирует на рынке, какие ключевые факторы, уникальные возможности и компетенции определяют ее успех</p> <p>3. Это концепция бизнеса, которая связана с пониманием ценности, предлагаемой потребителю</p> <p>4. Это отправная точка, с которой начинается каждое новое предприятие</p>	средний
14	ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5	Какая группа факторов составляет основу для позиционирования продукта?	<p>1) восприятие продуктов потребителями</p> <p>2) намерение потребителей совершить покупку</p> <p>3) поведение покупателей после покупки</p> <p>4) поведение покупателей при покупке</p>	средний

15	ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5	Любая технология в своем технологическом развитии проходит последовательно этапы:	1) прорыв — просветление — ожидание — продуктивность 2) прорыв – ожидание – просветление — продуктивность 3) продуктивность – прорыв – просветление – ожидание	средний
16	ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5	Сервис-ориентированная архитектура технологического процесса опирается на:	1) модульность 2) открытость функций 3) е-журналы	высокий
17	ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5	Проект работы над созданием архитектуры технологического процесса обычно включает:	1) анализ расхождений 2) анализ аналогов 3) декомпозиция	высокий
18	ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5	Наиболее возможные подходы организации процесса разработки архитектуры технологического процесса:	1) обычный, необычный, статус 2) обычный, сегментный, статус 3) обычный, сегментный, статус-кво	высокий
19	ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5	Принципом управления и контроля архитектуры предприятия является выполнение процедуры:	1) контроля на эффективность 2) контроля взаимовлияния бизнес-процессов 3) согласования во времени бизнес-процессов	высокий
20	ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5	Какими основными свойствами должны обладать различные показатели, которые интересуют заказчика?	1) Возможностью дальнейшего развития 2) Разнообразием идей при проектировании 3) Последовательностью технологического цикла проектирования 4) На каждом из этапов создания изделия выдерживать требования к техническому заданию 5) Не выходить за пределы возможностей поставщиков, изготовителей на каждом из этапов существования изделия	высокий