Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Косенок Сергей Михайлович

должность: ректор **Тестовое задание** для диагностического тестирования по дисциплине: Дата подписания: 14.06.2024 07:52:50

дата подписания: 14.06.2024 07:52:5 Уникальный программный ключ:

e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bf0cl840вы предпринимательской деятельности, 4 семестр

Код, направление 37.05.01 Клиническая психология

Патопсихологическая диагностика и психотерапия

(профиль)

Форма обучения очная

Кафедра-разработчик
Выпускающая кафедра
Психологии

Проверяемая	Задание	Варианты ответов
компетенция		
УК-2.1	Множественный выбор	А) товар;
УК 2.2		Б) услуга;
	Выберите один правильный	В) сервис;
	ответ: что не является	Г) ценностное предложение
	продуктом?	
УК-2.2	Выбор пропущенных слов	А) любое предположение о продукте;
УК-2.3		Б) подтвержденный факт чего-либо;
	Выберите пропущенные	В) то, что не требует подтверждения;
	слова из предложенного	Г) знание о клиенте.
	списка: Гипотеза - это	
УК-2.1	Множественный выбор	А) цена и скидки;
УК-2.2		Б) удобство и комфорт для
УК-2.3	Выберите один правильный	пользователя;
	ответ: Какие сущности	В) количество функций;
	являются самыми важными	Г) ценность и потребность для клиента.
	для продукта?	
УК-2.2	Выбор пропущенных слов	А) для оценки бизнеса;
УК-2.3		Б) для первых продаж;
	HADI циклы применяются	В) для проверки гипотез;
	для?	Г) для определения объема рынка.
УК-2.1	Множественный выбор	А) продать продукт как можно дороже;
УК-2.2		Б) привлечь максимальное количество
УК-2.3	Выберите один правильный	клиентов;
УК-3.3	ответ: Основная задача	В) проверить гипотезы;
	MVP (минимально	Г) провести хороший питч.
	жизнеспособный продукт) -	
	это:	
УК-2.1	Множественный выбор	
УК-2.2		Α) δ, Α, Γ, Β;
	Расположите типы объема	Б) А, В, Г, Б;
	рынка от наиболее	В) Б, В, А, Г;
	крупного к более мелкому:	$\Gamma$ ) B, A, $\Gamma$
	A) SAM;	
	Б) RAM;	
	B) TAM;	
	Γ) <b>SOM</b> ;	

XIVA A 4	n c	
УК-2.1	Выбор пропущенных слов	А) выгоды/затраты;
УК-3.1		Б) цена*стоимость;
УК-3.2	Выберите пропущенные	В) затраты*выгоды;
УК-3.3	слова из предложенного	Г) выгоды/количество целевой
	списка: Формула ценности	аудитории.
	для клиента: ценность =	
УК-2.3	Множественный выбор	А) отнимают 20% времени, приносят
		80% прибыли;
	Выберите один правильный	Б) отнимают 80% времени, а прибыли
	ответ: Какое соотношение	приносят 20%;
	времени и сил в среднем	В) практически не отнимают времени и
	отнимают клиенты из	приносят до 80% прибыли;
	сегментов С и D?	Г) отнимают до 80% времени, но и
		прибыли приносят 80%.
УК-2.2	Выбор пропущенных слов	A) B2C;
		Б) B2G;
	Выберите пропущенное	B) B2B;
	слово из предложенного	Γ) C2C.
	списка: Как называется тип	
	взаимодействия с	
	клиентами, когда один	
	бизнес оказывает услуги	
	или продает продукты для	
	другого бизнеса?	
УК-2.1	Множественный выбор	А) слева направо;
УК-2.2		Б) справа налево;
	Выберите один правильный	В) вперед назад;
	ответ: Какая модель расчета	Г) сверху вниз.
	оценки рынка используется	
	в стартапах?	
УК-2.1	Множественный выбор	А) это субъективное восприятие
		полезности/важности продукта,
	Выберите один правильный	возникающее у потребителя в процессе
	ответ: Что не является	выбора;
	одним из определений	Б) это то, что предпочитает потребитель
	ценности продукта?	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.
УК-2.1	Выбор пропущенных слов	А) увеличит количество продаж;
V 11 <b>2</b> 12		Б) может быть избыточно;
	Выберите пропущенное	В) упростит выбор покупателя;
	слово из предложенного	Г) увеличит охват целевой аудитории.
	списка: увеличение	, , , = <del></del>
	количества функций в	
	продукте на ранних	
	стадиях	
УК-2.1	Множественный выбор	А) найм команды разработчиков;
УК-2.1 УК-2.2	тиожественный воюор	Б) сегментация целевой аудитории;
УК-2.2 УК-2.3		b) cormentation desired in ayantophin,
J IX-4.J		

УК-3.3 УК-2.1 УК-2.2	Выберите один правильный ответ: Какой этап не обязательно проходить перед созданием MVP?  На соответствие Установите соответствие между определением и типом объема рынка:	В) формулирование ценностного предложения; Г) проведение клиентского интервью. А) Потенциально доступный объем целевого рынка; Б) Общий объем целевого рынка; В) Доступный объем целевого рынка; Г) Реально достижимый объем целевого рынка; 1- ТАМ, 2- SOM, 3- RAM, 4-SAM
УК-2.1 УК-2.2	Все или ничего Выберите несколько правильных вариантов	<ul><li>А) данные;</li><li>Б) гипотезы;</li><li>В) отчеты;</li><li>Г) действия;</li></ul>
	ответа: Из каких блоков	Д) выводы;
УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3	состоят HADI- циклы: Все или ничего	А) маркетинговая кампания "Поможем детям";
y R-2.3	Выберите все правильные варианты ответов: Что из перечисленного можно назвать продуктом:	Б) робот-пылесос; В) приложение по созданию сайтов; Г) услуги каршеринга.
УК-2.2	Все или ничего Выберите все правильные	А) чтобы определить каналы продаж; Б) чтобы формировать ценовую политику
	варианты ответов: Для чего нужно знать целевую аудиторию?	В) чтобы выбрать канал коммуникации и запустить эффективную рекламу; Г) чтобы определять конверсию.
УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3	На соответствие  Соотнесите пример	1. Сок «Добрый» и Fanta 2. Ресторан и магазин «Перекресток»; 3. Бургерная и спортзал;
УК-3.3	товара/услуги с соответствующим типом конкурентов:	4. Apple и Samsung A) прямые;
	7.1	Б) косвенные; В) заменители; Г) альтернативы.
УК-3.3	Все или ничего	А) подтвердить жизнеспособность идеи
УК-2.1	D. C	и проверить гипотезы о продукте с
УК-2.2 УК-2.3	Выберите все правильные варианты ответов: Для чего	помощью реальных данных; Б) снизить риск крупных финансовых
y K-2.5	нужно делать MVP (минимально жизнеспособный продукт)?	потерь в случае выпуска неудачного продукта; В) определить ценностное предложение;

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