

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Иркутский национальный исследовательский технический университет»**

Институт авиационного машиностроения и транспорта

**Оценочные материалы**

ОСНОВЫ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

---

58.03.01 Востоковедение и африканистика

---

Экономика и внешнеэкономическая деятельность стран Востока

---

Бакалавр

---

Очная

---

Документ подписан простой электронной  
подписью

Составитель: Чимитов П.Е.

Дата подписания: 08.06.2026

Документ подписан простой электронной  
подписью

Руководитель структурного подразделения /

Руководитель ООП: Чимитов Павел

Евгеньевич

Дата подписания: 09.06.2026

Год набора -  
Иркутск, 2026 г.

## 4 семестр/УК -2

### Соответствие

Соотнесите виды маркетинговых исследований:

Подразумевает определение его масштабов, географии, структуры спроса и предложения, а также факторов, которые влияют.

#### **Исследование рынка**

Определяются каналы продаж, изменения показателей в зависимости от географического признака

#### **Изучение сбыта**

Изучение свойств изделий как отдельно, так и в сравнении с аналогичными продуктами конкурентов

#### **Маркетинговое исследование товара и конкурентов**

### Множественный выбор

При использовании этого гибкого метода предполагается передача инкремента продукта от этапа к этапу, в результате чего на выходе появляется готовый продукт

Scrum

Lean

**Kanban**

Six Sigma

PRINCE2

### Множественный выбор

При использовании этого гибкого метода работу разбивают на мелкие пакеты работ, реализующиеся далее независимо друг от друга.

Scrum

**Lean**

Kanban

Six Sigma

PRINCE2

### Множественный выбор

Этот метод отличается четкой структурированностью проектной команды. За счет разделения процессов на управляемые этапы, метод дает возможность эффективного управления ресурсами.

|                |
|----------------|
| Scrum          |
| Lean           |
| Kanban         |
| Six Sigma      |
| <b>PRINCE2</b> |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| При использовании этого гибкого метода проект разбивается на части, подходящие для мгновенного применения заказчиком с целью получить беклоги – заделы продуктов. |
| <b>Scrum</b>  |
| Lean  |
| Kanban  |
| Six Sigma   |
| PRINCE2   |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| Суть этой концепции сводится к необходимости улучшения качества выходов каждого из процессов, минимизации дефектов и статистических отклонений в операционной деятельности. |
| Scrum   |
| Lean  |
| Kanban  |
| <b>Six Sigma</b>  |
| PRINCE2   |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| Данная модель жизненного цикла проекта является предпочтительной в быстро меняющейся среде, когда требования и содержание трудно определить заранее и когда возможно определить небольшие инкрементные улучшения, которые будут представлять ценность для заинтересованных сторон. |
| Каскадная модель жизненного цикла проекта  |
| Спиральная модель жизненного цикла проекта   |
| <b>Адаптивная модель жизненного цикла проекта</b>  |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| Наиболее успешным вариантом формализации бизнес-модели является шаблон бизнес-модели ... , где авторы предлагают структурировать любую бизнес-модель пошаблону, который состоит из девяти блоков. |
| <b>А. Остервальдера и И. Пинье.</b>   |
| М. Джонсона, К. Кристенсена и Х. Кагерманна:  |
| Ю. Спектора   |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| ... - это концептуальная модель бизнеса, которая иллюстрирует логику создания добавленной стоимости (прибыли). |
| <b>Бизнес-модель</b>   |
| Бизнес идея  |
| Маржинальная модель  |
| Модель получения дохода  |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| Шаблон бизнес-модели А. Остервальдера и И. Пинье включает в себя следующие блоки:   |
| Ценности, ценностное предложение, ключевые ресурсы, ключевые процессы, ключевые партнеры, потребители, ключевые конкуренты.   |
| <b>Потребительские сегменты, взаимоотношения с клиентами, каналы сбыта, ценностное предложение, потоки поступления дохода, ключевые партнеры, основные виды деятельности, ключевые ресурсы, структура издержек.</b> |
| Внутренняя среда организации, внешняя среда организации, ценности, структура, цели, процессы, конкуренты, потребители, поставщики.  |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| ... – это набор стадий или этапов, которые необходимо пройти для получения заданного результата. |
| <b>Жизненный цикл проекта</b>  |
| Фаза проекта   |
| Веха проекта   |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| При этом виде маркетингового исследования определяются каналы продаж, изменения показателей в зависимости от географического признака. |
| Исследование рынка   |
| <b>Изучение сбыта</b>  |

|   |
|---|
| Маркетинговое исследование товара и конкурентов |
| Маркетинговые исследования потребителей         |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| Это исследование подразумевает определение его масштабов, географии, структуры спроса и предложения, а также факторов, которые влияют. |
| <b>Исследование рынка</b>  |
| Изучение сбыта   |
| Маркетинговое исследование товара и конкурентов  |
| Маркетинговые исследования потребителей  |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| При данной модели жизненного цикла проекта подразумевается последовательное выполнение каждого запланированного действия.<br>Характеризуется следующими особенностями:<br>-составление четкого плана действий по достижению поставленных целей;<br>-по каждому действию определяется определенный перечень задач, а также обязательных к исполнению работ;<br>-внедрение промежуточных (контрольных) этапов, на которых будет проводиться контроль за соблюдением ранее разработанного плана. |
| <b>Каскадная модель жизненного цикла проекта</b>  |
| Спиральная модель жизненного цикла проекта  |
| Адаптивная модель жизненного цикла проекта  |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| Выделите ключевые особенности проекта:   |
| <b>Обоснованные цели, которые должны быть достигнуты с одновременным выполнением ряда технических, экономических и других требований</b> |
| <b>Наличие внутренних и внешних взаимосвязей операций, задач и ресурсов.</b>   |
| <b>Определённые сроки начала и конца проекта.</b>  |
| <b>Ограниченные ресурсы</b>  |
| <b>Определенная степень уникальности целей проекта и условий его осуществления</b>   |
| <b>Неизбежность различных конфликтов</b>   |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| .... включают в себя:<br>-процессы: конструирование и разработку, НИОКР, снабжение, производство, маркетинг, управление персоналом, ИТ ; |

|  |
|--|
| -правила и систему показателей: маржинальные требования для инвестиций, условия кредитования, условия поставки, др.<br>-нормы: размер возможностей для инвестиций, подходы к потребителям и каналам продвижения. |
| Ключевые ресурсы   |
| <b>Ключевые процессы</b>   |
| Формула прибыли  |
| Ценностное предложение   |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| ... могут включать в себя: человеческие ресурсы технологии, продукты, оборудование, информацию, каналы сбыта, партнеров и альянсы, бренд. |
| <b>Ключевые ресурсы</b>   |
| Ключевые процессы   |
| Формула прибыли   |
| Ценностное предложение  |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| ... отражает сколько должна приносить дохода каждая транзакция (дополнительная единица), чтобы достичь желаемого уровня прибыли |
| <b>Маржинальная модель</b>  |
| Структура издержек  |
| Модель получения дохода   |
| Скорость обращения ресурсов   |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| .... - вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена. |
| <b>Маркетинг</b>   |
| Управление качеством   |
| Управление проектами   |
| Менеджмент   |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| При этом виде маркетингового исследования производится изучение свойств изделий как отдельно, так и в сравнении с аналогичными продуктами конкурентов. |
| Исследование рынка   |
| Изучение сбыта   |

|  |
|--|
|  |
| <b>Маркетинговое исследование товара и конкурентов</b> |
| Маркетинговые исследования потребителей                |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| .... - организационная структура управления, основанная на принципе двойного подчинения исполнителей. В случае данной структуры управления сотрудник предприятия подчиняется руководителю своего отдела и руководителю проекта. |
| <b>Матричная структура управления</b>   |
| Функциональная структура управления   |
| Проектная структура управления  |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| ... помогают визуально структурировать, запоминать и объяснять сложные вещи. Используются при генерировании бизнес-идей. |
| <b>Ментальные карты</b>  |
| Шесть шляп   |
| Синектика  |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| Данный метод генерирования идей является бизнес-игрой, где шляпа определенного цвета означает определенный тип мышления. |
| Мозговой штурм   |
| <b>Метод «шести шляп» Эдварда де Боно</b>  |
| Составление ментальных, или ассоциативных, карт  |
| Синектика, или метод аналогий  |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| При использовании этого метода:<br>- строятся три оценки времени выполнения работ: оптимистическая, наиболее вероятностная и пессимистическая;<br>- строится сетевая модель проекта;<br>- оценивается ожидаемое время выполнения работ;<br>- оценивается отклонение от среднего времени продолжения работ. |
| Метод критического пути  |
| Диаграмма Ганта  |
| <b>PERT</b>  |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| В основе этого метода лежит определение наиболее длительной последовательности задач от начала проекта до его окончания с учетом их взаимосвязи. |
| <b>Метод критического пути</b>   |
| Диаграмма Ганта  |
| PERT   |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| ... – метод маркетингового исследования и оценки помощью покупателей, совершаемых специалистами исследовательской компании, действующими инкогнито. |
| Холл-тест (hall-test)   |
| Хоум-тест (home-test)   |
| <b>Мистери шоппинг (mystery shopping)</b>   |
| Розничный аудит   |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| При данном методе генерирования идей все участники группы выдвигают свои идеи, любые идеи записываются, затем их анализируют, развивают, выбирают наилучшую идею. |
| <b>Мозговой штурм</b>   |
| Метод «шести шляп» Эдварда де Боно  |
| Составление ментальных, или ассоциативных, карт   |
| Синектика, или метод аналогий   |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| Процесс выбора бизнес-идеи складывается следующим образом:   |
| <b>в первую очередь, происходит поиск проблемы потребителя, а далее следует оценка качества бизнес-идеи — ее новизны и предполагаемой экономической эффективности.</b> |
| в первую очередь рассчитываются потоки поступления дохода, основные виды деятельности и ключевые ресурсы,  |
| в первую очередь оценивается внутренняя среда организации, внешняя среда организации.  |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| Результатом проводимых маркетинговых исследований являются данные ... |
| <b>о рынке и окружающей среде компании.</b>                           |

|                                       |
|---------------------------------------|
| о поставщиках                         |
| о внешней и внутренней среде компании |
| о структуре издержек                  |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| ... - исследования, направленные на всесторонний анализ ассортимента, наличия и запасов товара, его стоимости, общей представленности в торговых точках, наличия рекламных материалов, качества работы персонала, а также ценовой политики конкурентов. |
| Холл-тест (hall-test)   |
| Хоум-тест (home-test)   |
| Мистери шоппинг (mystery shopping)  |
| <b>Розничный аудит</b>  |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| Данный метод генерирования идей отталкивается от прямых аналогий. |
| Мозговой штурм  |
| Метод «шести шляп» Эдварда де Боно                                |
| Составление ментальных, или ассоциативных, карт                   |
| <b>Синектика</b>  |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| При данной модели жизненного цикла проекта каждый виток спирали соответствует созданию фрагмента или версии продукта, уточняются цели и характеристики проекта, определяется его качество и планируются работы следующего витка спирали. |
| Каскадная модель жизненного цикла проекта  |
| <b>Спиральная модель жизненного цикла проекта</b>  |
| Адаптивная модель жизненного цикла проекта   |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| ... отражает как распределены издержки, включая стоимость ключевых активов, прямые и косвенные затраты, эффект масштаба, др. |
| Маржинальная модель  |
| <b>Структура издержек</b>  |
| Модель получения дохода  |
| Скорость обращения ресурсов  |

|                                  |
|----------------------------------|
| <b>Множественный выбор</b>       |
| "Треугольник Керцнера" отражает: |
| <b>ограничения в проекте</b>     |
| способы коммуникаций в проекте   |
| этапы реализации проекта         |
| ничего из перечисленного         |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| Проектная деятельность отличается от процессной тем, что:   |
| процессы менее продолжительны по времени, чем проекты   |
| процессы требуют команды исполнителей, а проекты - нет  |
| <b>процессы однотипны и цикличны, а проект уникален по своей цели и методам реализации, имеет четкие сроки начала и окончания</b> |
| в процессной деятельности легко добиться эффективной работы разных специалистов   |

|                                  |
|----------------------------------|
| <b>Множественный выбор</b>       |
| К softskills относят:            |
| знание иностранного языка        |
| знание 1С Бухгалтерии            |
| умение водить автомобиль         |
| <b>умение работать в команде</b> |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>                                     |
| Изменения в мире, связанные с пандемией коронавируса, привели: |
| сокращению затрат на цифровизацию                              |
| <b>сокращению добычи нефти</b>                                 |
| росту внутрикорпоративных затрат на персонал                   |
| снижению интереса бизнеса к экспоненциальным технологиям       |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| Популярный тип столбчатых диаграмм (гистограмм), который используется для иллюстрации плана, графика работ по какому-либо проекту: |

|                          |
|--------------------------|
| диаграмма Ганта          |
| диаграмма Гулика         |
| критический путь проекта |
| метод PERT               |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| Инновационные проекты отличаются:                                    |
| <b>высокой степенью неопределенности и риска</b>                     |
| целью проекта является получение сверхприбыли на вложенные средства  |
| необходимостью использовать функциональные организационные структуры |
| большим объемом проектной документации                               |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| Изменений в существующую организационную структуру не требует (организация работы, способы коммуникаций, существующие каналы управления - остаются неизменными): |
| матричная структура управления   |
| <b>функциональная структура управления</b>   |
| дивизиональная структура управления  |
| проектная структура управления   |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>                                    |
| Реализация крупного проекта как правило предусматривает:      |
| <b>создание специальной организационной структуры</b>         |
| сохранение существующей организационной структуры предприятия |
| создание нового предприятия                                   |
| ничего из вышеперечисленного                                  |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| Согласно терминологии РМВОК, проект – это:   |
| <b>временное предприятие, предназначенное для создания уникальных продуктов, услуг или результатов</b> |
| решение изобретательской задачи в рамках проводимых научных исследований                               |
| часть рутинной деятельности предприятия по освоению и внедрению в производство определенного товара    |

|   |
|---|
| определенное направление деятельности предприятия, финансируемое из внутренних источников |
|---|

|                            |
|----------------------------|
| <b>Множественный выбор</b> |
|----------------------------|

|  |
|--|
| Преимущества организации деятельности на основе проектов стали очевидны: |
|--|

|                 |
|-----------------|
| в конце 19 века |
|-----------------|

|                           |
|---------------------------|
| <b>в середине 20 века</b> |
|---------------------------|

|                  |
|------------------|
| в начале 21 века |
|------------------|

|                        |
|------------------------|
| нет правильного ответа |
|------------------------|

|                            |
|----------------------------|
| <b>Множественный выбор</b> |
|----------------------------|

|   |
|---|
| Важной причиной перехода к проектной форме организации деятельности является: |
|---|

|   |
|---|
| <b>осознание потребности в совместной работе людей, принадлежащих к различным отделам, профессиям и даже отраслям</b> |
|---|

|  |
|--|
| осознание потребности в повышении производительности труда рабочих |
|--|

|   |
|---|
| осознание потребности в моральной мотивации сотрудников |
|---|

|                        |
|------------------------|
| нет правильного ответа |
|------------------------|

|                            |
|----------------------------|
| <b>Множественный выбор</b> |
|----------------------------|

|  |
|--|
| Методология проектного управления позволяет: |
|--|

|   |
|---|
| добиться организационного единства на предприятии |
|---|

|  |
|--|
| <b>из любой идеи получить результат в кратчайшие сроки и с минимальным расходом ресурсов</b> |
|--|

|  |
|--|
| снизить организационное напряжение (понижить уровень конфликтов ) на предприятии |
|--|

|  |
|--|
| повысить производительность труда производственных рабочих |
|--|

|                            |
|----------------------------|
| <b>Множественный выбор</b> |
|----------------------------|

|   |
|---|
| Проект как объект управления описывается совокупностью характеристик: |
|---|

|  |
|--|
| <b>цель проекта, его стоимость, качество, сроки исполнения</b> |
|--|

|   |
|---|
| методы, инструменты и ПО проекта                          |
| качество, сертификация, квалификация исполнителей проекта |
| нет правильного ответа                                    |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>                      |
| Ограничением в проектной деятельности является: |
| <b>фактор времени</b>                           |
| территориальный фактор                          |
| нет правильного ответа                          |
| государственная поддержка                       |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| Предметная область проекта - это:  |
| <b>совокупность проектных работ, продуктов и услуг, производство которых должно быть обеспечено в рамках осуществляемого проекта</b>   |
| научные результаты проекта   |
| местоположение проектного офиса  |
| группа элементов (включающих как людей, так и технические элементы), организованных таким образом, что они в состоянии действовать как единое целое в целях достижения поставленных перед ними целей |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| Наиболее существенный недостаток функциональной структуры управления проектами: |
| высокие затраты на реализацию проекта   |
| <b>отсутствие ответственности за конечные результаты проекта</b>                |
| сокращение времени принятия решений   |
| гибкость использования персонала  |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>                                |
| На уровне организации при реализации проектов используют: |
| линейную структуру  |
| <b>матричную структуру</b>                                |
| <b>функциональную структуру</b>                           |
| <b>проектную структуру</b>                                |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| Важными преимуществами проектной структуры управления являются:       |
| <b>скорость работы над проектом и общая ответственность за проект</b> |
| отсутствие изменений в организационной структуре                      |
| отсутствие затрат на организацию и работу новой структуры             |
| <b>возможность анализировать проект различными специалистами</b>      |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| Проекты, которые обеспечивают разработку новых изделий или технологий и предполагают вложения в нематериальные активы - это: |
| научно-исследовательские проекты   |
| <b>инновационные проекты</b>   |
| инвестиционные проекты   |
| исследовательские проекты  |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| Отличие проектной деятельности от процессной заключается в том, что:  |
| проект является непрерывной деятельностью, а процесс – единоразовым мероприятием                                      |
| проект поддерживает неизменность организации, а процессы способствуют ее изменению                                    |
| <b>процессы в организации цикличны, они повторяются, а проект – уникален, он всегда имеет дату начала и окончания</b> |
| процессы в организации регламентируются документально, проекты не требуют документального оформления                  |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| Результатом проектной работы может быть:                           |
| новое знание   |
| решение задачи с заранее неизвестным ответом                       |
| гипотеза   |
| <b>конкретное решение (например, продукт) и приобретенный опыт</b> |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>                       |
| Результатом исследовательской работы может быть: |
| <b>новое знание</b>                              |

|                  |
|------------------|
|                  |
| новый товар      |
| новая технология |
| лицензия         |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>                                      |
| Экспоненциальные технологии:                                    |
| уже устарели  |
| <b>способны быстро дешеветь</b>                                 |
| способны быстро дорожать и приносить сверхприбыль               |
| станут актуальны только в условиях новой промышленной революции |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>                          |
| «Антихрупкость» - это:                              |
| способность управлять командой в условиях изменений |
| способность управлять своим временем                |
| способность отсеивать «ложные позитивы»             |
| <b>способность извлекать выгоду из неудач</b>       |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>                                    |
| Концепция «5П» в проектной деятельности:                      |
| <b>отражает основные этапы реализации проекта</b>             |
| отражает основные принципы реализации проектов                |
| отражает основные требования и ограничения реализации проекта |
| отражает выделение основных направлений деятельности          |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>                         |
| PMBoK - это:                                       |
| <b>международный стандарт управления проектами</b> |
| этапы реализации проекта                           |
| алгоритм критического пути проекта                 |
| современный инструмент проектного управления       |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| Суть методологии AGILE сводится к тому, что:                                       |
| <b>это управление проектами в условиях постоянных изменений и неопределенности</b> |
| все работы проекта должны выполняться строго последовательно                       |
| это разбивка на задачи для конкретного исполнителя                                 |
| это способ формирования бюджета проекта "сверху вниз"                              |

|                                  |
|----------------------------------|
| <b>Множественный выбор</b>       |
| Для всех проектов характерна:    |
| <b>уникальность</b>              |
| повторяемость                    |
| способность к диффузии           |
| <b>ограниченность во времени</b> |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>                                       |
| Инструмент планирования расписания и управления сроками проекта: |
| <b>метод критического пути (СРМ)</b>                             |
| функционально-стоимостной анализ                                 |
| метод организации производства «точно в срок»                    |
| метод анализа иерархий   |

|                                      |
|--------------------------------------|
| <b>Множественный выбор</b>           |
| Для большинства проектов характерна: |
| <b>инновационность</b>               |
| повторяемость                        |
| <b>срочность</b>                     |
| платность                            |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| ... – это набор взаимосвязанных работ (задач) проекта, в процессе завершения которых достигается один из главных или промежуточных результатов проекта. |
| Жизненный цикл проекта  |
| <b>Фаза проекта</b>   |
| Веха проекта  |

|                            |
|----------------------------|
| <b>Множественный выбор</b> |
|----------------------------|

|                                    |
|------------------------------------|
| Формула прибыли включает:          |
| <b>Модель получения дохода</b>     |
| <b>Структура издержек</b>          |
| <b>Маржинальная модель</b>         |
| <b>Скорость обращения ресурсов</b> |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| <p>Данный метод маркетологического исследования основан на анкетировании респондентов с целью уточнения восприятия атрибутов и потребительских свойств товара, рекламного сообщения, упаковки, названия, услуги или торговой марки целевой аудиторией. Особенностью является явный и непосредственный контакт части целевой аудитории (респондентов) с тестируемым предметом.</p> |
| <b>Холл-тест (hall-test)</b>  |
| Хоум-тест (home-test)   |
| Мистери шоппинг (mystery shopping)  |
| Розничный аудит   |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| <p>Данный метод маркетологического исследования используется для оценки качественных потребительских свойств товара. Главное отличие от большого количества иных исследований заключается в том, что тестирование продукта происходит дома - в обычных условиях пользования продуктом.</p> |
| Холл-тест (hall-test)  |
| <b>Хоум-тест (home-test)</b>   |
| Мистери шоппинг (mystery shopping)   |
| Розничный аудит  |

**4 семестр/УК -3**

|  |
|--|
| <b>Соответствие</b>  |
| <u>Основные роли в групповом взаимодействии</u>  |
| побуждает группу к действиям, импонирует группе  |
| <b>"альфа"-лидер</b>   |
| имеет специальные знания, навыки или способности, которые группе всегда требуются или которые группа уважает; его поведение самокритично и рационально |
| <b>"бета-эксперт"</b>  |

|   |
|---|
| пассивные и легко приспособляющиеся, старающиеся сохранить свою анонимность, большинство из них отождествляют себя с альфой |
| <b>"гамма"</b>  |
| самый «крайний» человек, который отстает от группы в силу какого-то отличия или страха                                      |
| <b>"омега"</b>  |
| <i>"дельта"</i>   |

|  |
|--|
| <b>Соответствие</b>  |
| <u>Основные роли в групповом взаимодействии</u>  |
| побуждает группу к действиям, импонирует группе  |
| <b>"альфа"-лидер</b>   |
| имеет специальные знания, навыки или способности, которые группе всегда требуются или которые группа уважает; его поведение самокритично и рационально |
| <b>"бета-эксперт"</b>  |
| пассивные и легко приспособляющиеся, старающиеся сохранить свою анонимность, большинство из них отождествляют себя с альфой                            |
| <b>"гамма"</b>   |
| самый «крайний» человек, который отстает от группы в силу какого-то отличия или страха   |
| <b>"омега"</b>   |
| <i>"дельта"</i>  |

|  |
|--|
| <b>Соответствие</b>  |
| <u>К какому типу поведения в малой группе относятся следующие определения</u>  |
| выражена тенденция к конформности, подражательству, добровольному подчинению. Оптимальное решение групповой задачи возможно в контакте с более уверенными и компетентными членами группы |
| <b>ведомый тип</b>   |
| ориентирован на власть в группе. Оптимальное решение задач возможно при условии подчинения себе других членов группы   |
| <b>лидирующий тип</b>  |
| постоянно стремится к совместному с другими решению задач и следует за группой в случаях разумных решений  |
| <b>сотрудничающий тип</b>  |
| <i>обособляющий тип</i>  |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| Важнейшими аспектами в комплектации эффективной команды во всех ролевых подходах являются: |

|  |
|--|
| задачи определенного типа, готовность и способности к их решению |
| задачи определенного типа  |
| задачи определенного типа, готовность их решения                 |
| задачи разного типа, готовность и способности к их решения       |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| Вся команда теряет в доверии, стимулировании, в общественном признании, если задание не выполнено по вине любого из членов команды. К какому принципу относится данная формулировка? |
| Коллективное исполнение работы   |
| Повышенная исполнительская дисциплина  |
| <b>Коллективная ответственность</b>  |
| Автономное самоуправление команды  |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| Вся команда теряет в доверии, стимулировании, в общественном признании, если задание не выполнено по вине любого из членов команды. К какому принципу относится данная формулировка? |
| Коллективное исполнение работы   |
| Повышенная исполнительская дисциплина  |
| <b>Коллективная ответственность</b>  |
| Автономное самоуправление команды  |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| Роловое напряжение возникает тогда, когда человеку приходится выполнять |
| <b>сложные для него роли</b>  |
| <b>несвойственные для него роли</b>                                     |
| роли, которые он самостоятельно для себя определил                      |
| престижные роли   |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| Роловое напряжение возникает тогда, когда человеку приходится выполнять |
| <b>сложные для него роли</b>  |
| <b>несвойственные для него роли</b>                                     |
| роли, которые он самостоятельно для себя определил                      |
| престижные роли   |

| <b>Множественный выбор</b>  |
|---|
| Факторы, определяющие роли в команде  |
| <b>непосредственная профессиональная деятельность, должностные обязанности;</b> |
| <b>взаимодействие команды с внешними партнерами, клиентами</b>                  |
| <b>тип мышления каждого члена команды и конкретные ситуации</b>                 |
| развертывание активной деятельности   |
| достижение промежуточного результата  |

| <b>Множественный выбор</b>  |
|---|
| Факторы, определяющие роли в команде  |
| <b>непосредственная профессиональная деятельность, должностные обязанности;</b> |
| <b>взаимодействие команды с внешними партнерами, клиентами</b>                  |
| <b>тип мышления каждого члена команды и конкретные ситуации</b>                 |
| развертывание активной деятельности   |
| достижение промежуточного результата  |

| <b>Множественный выбор</b>  |
|---|
| член команды с наиболее раскрепощенным, образным складом мышления, с высокой образовательной подготовкой и с широким кругозором, с хорошо развитым творческим мышлением, воображением и фантазией |
| <b>генератор идей</b>   |
| аналитик  |
| реализатор  |
| конструктивный критик   |
| синтезатор  |

| <b>Множественный выбор</b>  |
|---|
| член команды с наиболее раскрепощенным, образным складом мышления, с высокой образовательной подготовкой и с широким кругозором, с хорошо развитым творческим мышлением, воображением и фантазией |
| <b>генератор идей</b>   |
| аналитик  |
| реализатор  |
| конструктивный критик   |
| синтезатор  |

| <b>Множественный выбор</b>                                     |
|--|
| Выберите признаки команды                                      |
| <b>профессионализм каждого сотрудника</b>                      |
| <b>способность согласованно работать на общий результат</b>    |
| умение открыто вступать в конфронтацию                         |
| фиксированное распределение функций между членами команды      |
| <b>положительное мышление</b>                                  |
| <b>эффективное конструктивное межличностное взаимодействие</b> |
| умение добиваться своего                                       |
| умение быстро работать   |

| <b>Множественный выбор</b>                                     |
|--|
| Выберите признаки команды                                      |
| <b>профессионализм каждого сотрудника</b>                      |
| <b>способность согласованно работать на общий результат</b>    |
| умение открыто вступать в конфронтацию                         |
| фиксированное распределение функций между членами команды      |
| <b>положительное мышление</b>                                  |
| <b>эффективное конструктивное межличностное взаимодействие</b> |
| умение добиваться своего                                       |
| умение быстро работать   |

| <b>Множественный выбор</b>  |
|---|
| Каким образом строится кадровая стратегия руководства?  |
| <b>Чтобы управляющее, профессиональное и уважаемое ядро коллектива образовало в конечном итоге неформальную интеллектуальную команду.</b> |
| Чтобы управляющее, профессиональное и уважаемое ядро коллектива не формировала самостоятельную команду                                    |
| Чтобы все участники коллектива образовали в конечном итоге формальные саморегулируемые команды.   |

| <b>Множественный выбор</b>  |
|---|
| Выберете правильное утверждение   |
| <b>Команда может носить разовый, эпизодический характер</b>                           |
| Команда всегда является постоянной сущностью и не может носить эпизодический характер |
| Команда не может носить разовый эпизодический характер                                |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>                          |
| Контроль плана намеченной цели осуществляется через |
| <b>отчетность</b>                                   |
| постоянное увеличение задач                         |
| набор различных вариантов                           |
| сокращение сроков работы                            |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>                          |
| Контроль плана намеченной цели осуществляется через |
| <b>отчетность</b>                                   |
| постоянное увеличение задач                         |
| набор различных вариантов                           |
| сокращение сроков работы                            |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| Обновление состава команды - это  |
| <b>типичная ситуация, негативно влияющая на команду</b>                         |
| типичная ситуация, положительно влияющая на команду повышая ее результативность |
| Не типичная ситуация, негативно влияющая на команду                             |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| Организация работы в команде включает:                                      |
| <b>мотивацию деятельности всех ее членов</b>                                |
| <b>рациональную расстановку и распределение работ между членами команды</b> |
| ситуационный анализ   |
| формулировка цели   |
| планирование  |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| Организация работы в команде включает:                                      |
| <b>мотивацию деятельности всех ее членов</b>                                |
| <b>рациональную расстановку и распределение работ между членами команды</b> |
| ситуационный анализ   |
| формулировка цели   |
| планирование  |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| Основные процедуры ситуационного анализа                                    |
| <b>выявление намечающихся отклонений</b>                                    |
| <b>прогнозирование развития ситуации</b>                                    |
| <b>оценка рисков по каждому из рациональных вариантов противодействия</b>   |
| формулировка основной цели проекта  |
| распределение ролей в команде   |
| планирование  |
| плановая отчетность   |
| рациональная расстановка и распределение работы между всеми членами команды |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| Основные процедуры ситуационного анализа                                    |
| <b>выявление намечающихся отклонений</b>                                    |
| <b>прогнозирование развития ситуации</b>                                    |
| <b>оценка рисков по каждому из рациональных вариантов противодействия</b>   |
| формулировка основной цели проекта  |
| распределение ролей в команде   |
| планирование  |
| плановая отчетность   |
| рациональная расстановка и распределение работы между всеми членами команды |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| Планирование является только лишь прерогативой руководителя, члены команду не принимают в этом участие   |
| Планирование является только лишь прерогативой руководителя, члены команду не принимают в этом участие   |
| <b>Планирование не является прерогативой только руководителя команды или организации. Каждый член команды составляет текущий план распределения своего рабочего времени по осуществлению закрепленных за ним позиций общего плана.</b> |
| Планирование не является прерогативой только руководителя команды или организации. Для каждого члена команды индивидуальный план составляет ответственный исполнитель проекта.   |

|                            |
|----------------------------|
| <b>Множественный выбор</b> |
|----------------------------|

|   |
|---|
|   |
| Положительное влияние группы на формирование и развитие личности состоит в следующем: |
| конкуренция с членами команды   |
| <b>получение позитивных эмоциональных подкреплений, необходимых для развития</b>      |
| <b>работа с людьми, которые являются основным источником духовной культуры</b>        |
| удовлетворение всех своих амбиций   |
| получение определенной роли   |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>  |
| Положительное влияние группы на формирование и развитие личности состоит в следующем: |
| конкуренция с членами команды   |
| <b>получение позитивных эмоциональных подкреплений, необходимых для развития</b>      |
| <b>работа с людьми, которые являются основным источником духовной культуры</b>        |
| удовлетворение всех своих амбиций   |
| получение определенной роли   |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| Постановка целевой задачи всегда отличается высоким уровнем конкретизации конечного результата, условий и сроков выполнения работ, характером обеспечения и формой оплаты конечного результата |
| <b>для производственной команды</b>  |
| для интеллектуальной команды   |
| для команды любого типа  |

|                                      |
|--------------------------------------|
| <b>Множественный выбор</b>           |
| форма представления результата - это |
| <b>цель</b>                          |
| стратегия                            |
| способ достижения                    |
| тактический прием                    |

|                            |
|----------------------------|
| <b>Множественный выбор</b> |
|----------------------------|

|                                      |
|--------------------------------------|
| форма представления результата - это |
| <b>цель</b>                          |
| стратегия                            |
| способ достижения                    |
| тактический прием                    |

|  |
|--|
| <b>Множественный выбор</b>   |
| Продолжите фразу: Численность команды  |
| НЕ зависит от специфики выполняемых ею работ, поэтому количество членов должно быть строго определено для всех команд одинаково, ведь потому и называется команда.     |
| <b>зависит от специфики выполняемых ею работ, поэтому количество членов должно быть строго определено для всех команд одинаково, ведь потому и называется команда.</b> |
| зависит от кадровой политики предприятия и пожелания руководителя без учета специфики выполняемых работ  |

|   |
|---|
| <b>Множественный выбор</b>                            |
| Что будет относиться к порокам команды по П. Ленсиони |
| чрезмерный контроль ситуации                          |
| <b>недоверие</b>                                      |
| конфликты   |
| <b>безразличие к результатам</b>                      |
| <b>безответственность</b>                             |

|  |
|--|
| <b>Короткий ответ</b>                              |
| Сколько основных этапов включает в себя мониторинг |
| 2  |
| 3  |
| 5  |