

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации Федеральное
государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»
Новоуральский технологический институт –
филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения
высшего образования «Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

ОДОБРЕНО
Ученым советом НТИ НИЯУ МИФИ
протокол №5 от 02.09.2025

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

КОМПЕТЕНЦИЯ ПК-1.1

наименование дисциплины

Направление подготовки (специальность)

38.03.05 Бизнес-информатика

Профиль подготовки (при его наличии)

«Корпоративные информационные системы»

Квалификация (степень) выпускника

бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Форма обучения

очная

(очная, очно-заочная (вечерняя), заочная)

Новоуральск, 2025 г.

КОМПЕТЕНЦИЯ ПК-1.1

Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
ПК-1.1 способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных для маркетинговых исследований на всех стадиях жизненного цикла продукции	З-ПК-1.1 Знать: Особенности конъюнктуры рынка товаров и услуг; Методы проведения маркетинговых исследований; Методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства
	У-ПК-1.1 Уметь: Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков Проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга
	В-ПК-1.1 Владеть: Обработка полученных данных с помощью методов математической статистики Подготовка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации

Перечень дисциплин	<u>Дисциплины. Часть, формируемая участниками образовательных отношений</u> Б1.В.01 Профессиональный модуль Б1.В.01.09 Управление жизненным циклом информационных систем – 8 семестр Б1.В.01.11 Маркетинговые исследования– 6 семестр <u>Практика. Часть, формируемая участниками образовательных отношений</u> Б2.В.01.03(П) Производственная практика (технологическая (проектно-технологическая) практика) – 6 семестр Б2.В.01.04(Пд)Производственная практика (преддипломная практика) – 8 семестр <u>Итоговая аттестация</u> Б3.01 Профессиональный модуль Б3.01.01 Итоговая аттестация – 8 семестр
--------------------	---

№ п/п	Вопросы	Ответы
	Б1.В.01.09 Управление жизненным циклом информационных систем– 8 семестр	
1.	Описание последовательности всех стадий существования объекта от замысла до исчезновения согласно работе В. Х. Буркова и В. А. Ирикова	модель полного жизненного цикла объекта
2.	согласно Национальному стандарту Российской Федерации ГОСТ Р 57193-2016 «Системная и программная инженерия. Процессы жизненного цикла систем»: временной интервал от создания системы до ее исчезновения	жизненный цикл системы
3.	Что является важными параметрами жизнедеятельности организации в концепции Адизеса? а) эффективность и результативность б) адаптивность и управляемость в) инновационность и стабильность г) производительность и продуктивность	б
4.	Чем отличается жизненный цикл продукции в	г

	сфере производства от полного жизненного цикла? а) не включает время создания продукции б) включает только стадию производства продукции в) не включает время эксплуатации продукции г) включает время от начала производства до снятия с производства	
5.	Что является результатом проекта согласно стандарту PMBok?	уникальные продукты или услуги
6.	Совокупность распределенных во времени мероприятий или работ, направленных на достижение поставленной цели – это: а) проект б) задача в) управление проектами г) веха	а
7.	Какая фаза проекта включает определение целей и критериев успеха проекта с разработкой схем их достижения	Фаза инициирования
8.	Набор логически взаимосвязанных работ проекта, в процессе завершения которых достигается один из значимых промежуточных или окончательных результатов проекта	Фаза проекта
9.	Значительное событие в проекте, часто обозначающее достижение значимого промежуточного результата и/или смену фазы проекта	Веха проекта
10.	На какой фазе проекта проводят детальную проработку всех технических аспектов реализации проекта, разработку проектной документации, детальных планов и бюджета реализации проекта	Фаза разработки
11.	Исходными данным маркетингового исследования не являются: а) концепция проекта б) сведения о создаваемом продукте в) сведения конкурентах г) сведения о производственных возможностях организаций	а
12.	Аналитический метод выявления всех возможных научно-технических решений или состояний изучаемой проблемы или явления а) маркетинговые исследования б) морфологический анализ в) мозговой штурм факторный анализ	б
13.	Метод генерирования творческих идей на совещании экспертов, проводимом по специально разработанной схеме г) маркетинговые исследования д) морфологический анализ е) мозговой штурм ж) факторный анализ	в

14.	Метод анализа потребностей отдельных потенциальных заказчиков	маркетинговые исследования
15.	Классификация потребителей по качественным особенностям их спроса по принципу одинаковой реакции на маркетинговые мероприятия	сегментация
16.	Изучение физических и/или юридических лиц задействованных в процессе движения товаров от производителя к потребителю: а) локализация потребностей б) сегментация в) анализ каналов распространения продукции г) конкурентный анализ	в
17.	Для рынка B2B целевым и зачастую единственно возможным каналом сбыта будет выступать: а) оптовые посредники б) розничные посредники в) собственная торговая сеть г) сбыт непосредственно потребителям	г
18.	Соперничество между производителями товаров и услуг за рынок сбыта, завоевание определенного сегмента рынка	конкуренция
19.	Совокупность свойств и уникальных характеристик, выгодно отличающих организацию и ее продукты от конкурентов	конкурентное преимущество
20.	Первичный источник информации о конкурентах а) сайты конкурентов б) финансовая отчетность конкурентов в) опрос потребителей г) электронные базы данных	в
21.	Постановка целей, задач и определение основных технико-экономических показателей проекта, его продолжительности и объема ресурсов, спецификации выполняемых работ, этапов и вех проекта – это: а) концептуальное планирование б) декомпозиция проекта в) календарное планирование проекта г) расчет потребностей в ресурсах	а
22.	На каком этапе планирования проекта осуществляется разработка иерархической структуры работ	декомпозиция проекта
23.	Какие основания могут использоваться для разбиения проекта в WBS? а) компоненты товара б) процессные или функциональные элементы в) этапы жизненного цикла г) все вышеперечисленное	г
24.	Какой документ содержит записи знаний, полученных во время проекта, с целью их использования в аналогичных проектах	реестр извлеченных уроков
25.	Что из представленного ниже относится к обратной связи в процессе коммуникаций?	б

	а) невербальные преграды б) регулирование информационных потоков в) информационные перегрузки г) различия в восприятиях людей	
	Б1.В.01.11 Маркетинговые исследования– 6 семестр	
26.	Кто автор концепции 4Р? А. Эл Райс и Джек Траут В. Дж. Маккарти С. Ф. Котлер D. Г. Ориджи Е. Э. Тоффлер	В
27.	Кто автор этого определения маркетинга: «Маркетинг – это социальный процесс, направленный на удовлетворение потребностей и желаний индивидов и организаций посредством создания свободного конкурентного обмена товаров и услуг, формирующих ценность для покупателя»: А. Американская маркетинговая ассоциация В. Ф. Котлер, К. Келлер С. Ж.-Ж. Ламбен D. Эл Райс, Джек Траут Е. Третьяк О.А.	В
28.	Что НЕ может включать в себя цифровой след потребителя? А. Фотографии в семейном альбоме, хранящемся дома В. Аккаунты в социальных сетях С. Информация о посещенных веб-сайтах D. Личные сообщения и комментарии на сайтах	А
29.	К какому типу маркетинга относится утверждение: «Компания оценивает результаты своей деятельности не только в контексте продаж и выручки, но и сточки зрения увеличения стоимости бренда, удовлетворенности потребителя, учитывая, как финансовые, так и нефинансовые результаты своих действий»? А. Интегрированный маркетинг В. Маркетинг взаимоотношений С. Внутренний маркетинг D. Маркетинг результатов	Д
30.	К какому типу маркетинга относится данная концепция: «Установление взаимовыгодных отношений с потребителями, каналами сбыта (посредниками), партнерами»? А. Интегрированный маркетинг В. Маркетинг взаимоотношений С. Внутренний маркетинг D. Маркетинг результатов	В
31.	4Р – это: А. People, Place, Promotion, Product	В

	B. Place, Price, Promotion, Product C. Personal, Price, Promotion, Product D. People, Price, Promotion, Product	
32.	Цифровой маркетинг – это: A. Интерактивный маркетинг взаимодействия, основанный на применении информационно-коммуникационных технологий B. Интеграция продуктов и услуг, коммуникаций, каналов сбыта C. Маркетинг на основе применения технологий интернет D. Маркетинг в электронных СМИ	A
33.	К какой концепции маркетинга относится следующее: «Адаптивные кампании состоят из коротких циклов, или итераций. Если после проведения очередной итерации выявляется потребность внести изменения в первоначальный план, это можно сделать сразу»? A. Digital marketing B. Sharing C. Agile маркетинг D. Kakonomics	C
34.	Модель Дж. Маккарти – это модель: A. 4C B. 4P C. 6P D. 6C	B
35.	К какой концепции маркетинга относится следующее: «Индивиды или группы одновременно ПРОИзводят и поТРЕБляют продукт — то есть протребляют. Они предоставляют друг другу товары и услуги на безвозмездной основе или по более низким ценам, чем на коммерческом рынке»? A. Digital marketing B. Agile маркетинг C. Sharing D. Kakonomics	C
36.	Сопоставьте термины интернет-маркетинга и соответствующие им определения, 1. RTB (англ. Real Time Bidding) 2. Ретаргетинг 3. Лидогенерация (от англ. leadgeneration) A. Это работа, направленная на увеличение совершаемых пользователем на сайте «полезных» действий (заполнение формы обратной связи, отправка резюме, скачивание прайс-листа и т.д.)	1B 2C 3A

	В. Это аукцион рекламных объявлений в реальном времени. С. Это инструмент интернет-маркетинга, который позволяет показывать рекламу тем пользователям, которые уже посетили сайт рекламодателя, но не совершили покупку.	
37.	Аффинити индекс в медиапланировании рассчитывается по следующей формуле: А. $(A/ЦГ)/(НР/ЦА)*100$ В. $(ЦГ/А)/(ЦА/НР)*100$ С. $(А/ЦА)/(ЦГ/НР)*100$ Д. $(ЦГ/НР)/(А/ЦА)*100$ Е. Нет правильной формулы	А
38.	Какой инструмент комплекса маркетинговых коммуникаций является в большинстве случаев главным, если у вас много покупателей и большая территория продаж? А. Личная продажа В. Реклама С. Стимулирование продаж (сбыта) Д. Связи с общественностью	В
39.	Сопоставьте термин и эффект, который дает бизнесу использование данного инструмента интернет-продвижения. 1. RTB (англ. Real Time Bidding) 2. Ретаргетинг 3. Лидогенерация (от англ. leadgeneration) А. Уменьшение количества «холостых» показов рекламы за счет точного таргетинга и покупки показов по одному, а не тысячами. В. Удержание внимания аудитории к бренду или продуктам и возвращение их к вам на сайт. С. Формирование у клиента правильных ожиданий за счет того, что он более осведомлен о товаре и услуге.	1А 2В 3С
40.	Сопоставьте следующие термины и определения: 1. Контент-маркетинг 2. SEO (Search Engine Optimization) 3. SMM (Social Media Marketing) 4. PPC (Pay Per Click) А. Методика привлечения посетителей на сайт через поисковые системы путем оптимизации контента сайта под определенные ключевые слова В. Платная модель рекламы, при которой рекламодатель платит за каждый клик по объявлению С. Создание и распространение ценного и релевантного контента для привлечения целевой	1С 2А 3 Д 4В

	аудитории D. Использование социальных сетей для продвижения товаров и услуг	
41.	Назовите понятие, которому соответствует данное определение: «... – это потребность, подкрепленная покупательной способностью».	спрос
42.	Кто считается основоположником маркетинга? (пожалуйста, укажите только фамилию русскими буквами)	Котлер
43.	Какой концепции маркетинга соответствует следующая ведущая идея: «Производство качественных товаров».	товарная
44.	Назовите понятие, которому соответствует данное определение: «... – это создание в сознании потребителя определенного образа товара, который компания хочет передать с помощью маркетинговых инструментов».	позиционирование
45.	В маркетинге выделяют несколько стратегий в зависимости от того, как компания сегментирует рынок. Какой стратегии соответствует следующий подход: «Компания игнорирует различия между рыночными сегментами и выходит на весь рынок с одним продуктом»?	недифференцированный
46.	В маркетинге выделяют несколько стратегий в зависимости от того, как компания сегментирует рынок. Какой стратегии соответствует следующий подход: «Компания имеет значительную рыночную долю на одной или нескольких рыночных нишах в противовес сосредоточению усилий на небольшой доле большого рынка»?	концентрированный
47.	Как называется группа, группа, чья предполагаемая позиция или ценности используются индивидуумом как основа для текущего поведения, хотя в ее состав он по каким-либо причинам не входит.	референтная
48.	Как называется эффект, который характеризуется как некоторый парадокс в экономике, когда рост цены на товар стимулирует рост спроса на этот товар (что противоречит основному закону спроса, согласно которому увеличение цены товара приводит к снижению его потребления).	Веблен
49.	Как называется инструмент, в основе которого лежит принцип, показывающий распределение клиентов по этапам процесса продаж от первого контакта (знакомства, предложения) до заключения сделки (совершения покупки), с помощью которого можно увидеть количество клиентов на каждом этапе продажи.	воронка продаж
50.	Какие исследования предполагают сбор информации с учетом большой выборки, обязательно подразумевают верификацию, статистическую обработку информации и	количественные

	репрезентативность выборки.	
51.	Как называется интервью, в ходе которого квалифицированный специалист задает вопросы одному респонденту с целью выяснения его отношения к исследуемой проблеме.	Глубинное
52.	Как называется часть генеральной совокупности, рассматриваемая в качестве представителя целого.	Выборка
53.	Назовите понятие, которому соответствует данное определение: «эксклюзивная ценность предприятия или продукта, дающая превосходство перед конкурентами».	Конкурентное преимущество
54.	Из 1000 человек, посетивших сайт интернет-магазина, 100 человек положили товар в корзину, 10 человек совершили покупку телевизора, остальные ушли без покупок вовсе. Чему равна конверсия среди посетителей интернет-магазина, если мы считаем целевым действием покупку? В ответе укажите число с единицей измерения (в процентах).	1%
55.	Метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении положительно и отрицательно влияющих факторов внутренней и внешней среды компании	SWOT-анализ
56.	Как называется достижимая в ближайшей перспективе доля рынка в рамках текущей бизнес-модели.	SOM
57.	Как называется детализированный документ, в котором прописываются и измеряются действия, которые необходимо выполнить для реализации маркетинговой стратегии.	план маркетинга
58.	Как называется методика формулирования цели проекта, в соответствии с которой цель должна быть: конкретная, измеримая, достижимая, актуальная, определенная во времени. Название методики представляет собой аббревиатуру данных критериев.	SMART
59.	Как называется метод маркетингового исследования, суть которого заключается в проведении группового интервью модератором в форме групповой дискуссии по заранее разработанному сценарию с небольшой группой «типичных» представителей изучаемой части населения, сходных по основным социальным характеристикам.	Фокус-группа
60.	Для какой группы товаров в рамках матрицы БКГ характерно: темп роста рынка высокий, доля рынка – низкая.	трудные дети
61.	«... ассортимента – это количество вариантов каждого продукта в товарной линии». Вставьте пропущенное слово.	глубина ассортимента
62.	Как называется показатель, который характеризует степень реакции спроса на действие какого-либо	Эластичность

	фактора.	
63.	Назовите понятие, которому соответствует данное определение: «... – это анализ оценки представителями целевых аудиторий сложившегося образа компании».	репутационный аудит
64.	Если стоимость размещения рекламы в газете «Новости-экспресс» составляет 85 000 рублей, численность аудитории данного канала - 100 000 человек, то чему будет равна стоимость 1000 контактов (CPM, Cost per mille). В ответе укажите число.	850
65.	Примером какого инструмента маркетинговых коммуникаций является статья в журнале «Молоко и ферма» о компании «Ромашка».	PR Public relations взаимоотношения с общественностью связи с общественностью
66.	Маркетинговые коммуникации делятся на три вида: ATL, BTL, TTL. Какой вид маркетинговых коммуникаций включает в себя мероприятия по стимулированию продаж, директ маркетинг, связи с общественностью, участие в выставках, программы лояльности?	BTL
67.	Как называется стратегия брендинга, при которой продукт имеет отдельный бренд.	индивидуальные товарные бренды
68.	Как называется концепция пожизненной ценности клиента, основанная на покупательском поведении клиента и объединяющая в себе уровень повторных покупок и уровень покупок сопутствующих товаров, совершенных клиентом.	CLV
69.	Как называется показатель, характеризующий сумму, которую компания тратит на получение контактной информации человека, потенциально заинтересованного в предложении.	CPL Cost Per Lead
70.	Университет запустил в мае контекстную рекламу с целью привлечения абитуриентов. Месячный бюджет рекламной кампании составил 10000 руб. Рекламное объявление увидели 1000 пользователей. 400 пользователей кликнули по объявлению. 350 – нажали кнопку «присоединиться к нам», чтобы иметь возможность задать вопросы в соцсети в ВКонтакте и оставить о себе информацию. Чему равна стоимость привлечения лида? В ответе укажите число с округлением до 2 знаков после запятой без единиц измерения.	28,57
71.	Сегментирование рынка позволяет увидеть _____, для которых решения на рынке еще нет, найти новую нишу.	потребности
72.	Как называется показатель, характеризующий удовлетворенность пользователя сайтом предприятия? Для интернет-магазина это выражается в покупке товара, для	Конверсия

	информационного ресурса –заполнение формы, скачивание прайс-листов и пр.	
73.	Как называется в интернет-маркетинге комплекс работ, направленных на улучшение ранжирования сайта в поисковых системах и улучшение его представления в поисковой выдаче?	SEO-продвижение SEO – оптимизация
74.	В проекте задействовано 4 сотрудника. Сколько возникает каналов коммуникаций при реализации данного проекта?	6
75.	Как называется применение игровых механик в процессах управления и коммуникации, позволяющих в разы увеличить эффективность решения бизнес-задач?	геймификация
	Б2.В.01.03(П) Производственная практика (технологическая (проектно-технологическая) практика) – 6 семестр	
76.	Отчет по практике	-
	Б2.В.01.04(Пд) Производственная практика (преддипломная практика) – 8 семестр	
77.	Отчет по практике	-
	Б3.01.01 Итоговая аттестация	
78.	Выпускная квалификационная работа	