

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-10

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-10

Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
ПК-10 способен осуществлять планирование и проектирование высокотехнологичных реальных систем, процессов и продуктов на глобальном рынке	З-ПК-10 Знать: Принципы и методы построения системы и инструменты управления производством Основы планирования жизненного цикла инновационной продукции Основы современного материального производства Методы оценки качества и конкурентоспособности наукоемкой продукции
	У-ПК-10 Уметь: Разрабатывать экономико-математические и компьютерные модели производственно-коммерческих процессов жизненного цикла наукоемкой продукции
	В-ПК-10 Владеть навыками: Участие в разработке и внедрении в производство прогрессивных, экономически обоснованных, ресурсосберегающих технологических процессов, обеспечивающих высокий уровень технологической подготовки производства, производительности труда, качества выпускаемой промышленной продукции на уровне лучших отечественных и зарубежных образцов

Перечень дисциплин	<u>Дисциплины. Часть, формируемая участниками образовательных отношений</u> Б1.В.01 Профессиональный модуль Б1.В.01.08 Архитектура корпоративных информационных систем – 8 семестр Б1.В.01.11 Маркетинговые исследования – 6 семестр Б1.В.01.ДВ.04.02 Инновационный менеджмент – 7 семестр <u>Итоговая аттестация</u> Б3.01 Профессиональный модуль Б3.01.01 Итоговая аттестация – 8 семестр
--------------------	---

№ п/п	Вопросы	Ответы
	Б1.В.01.08 Архитектура корпоративных информационных систем – 8 семестр	
1.	Какие из перечисленных ниже являются основными уровнями архитектуры предприятия? а) Бизнес-архитектура б) Техническая архитектура в) Информационная архитектура г) Все вышеперечисленные	г
2.	Какой из нижеперечисленных архитектурных стилей широко используется для построения распределённых систем? а) Клиент-серверная архитектура б) Монолитная архитектура в) Микросервисная архитектура г) Централизованная архитектура	в
3.	Какой из нижеперечисленных принципов архитектуры предприятия означает, что каждая часть системы должна выполнять одну конкретную функцию? а) Принцип единственной ответственности б) Принцип разделения интерфейсов в) Принцип открытости/закрытости г) Принцип инверсии зависимостей	а

4.	Какой из нижеперечисленных видов архитектурных моделей описывает структуру информационных систем и их компонентов? а) Логическая модель б) Физическая модель в) Архитектурная модель г) Процессная модель	а
5.	Какой из нижеперечисленных архитектурных стилей описывает систему как набор независимых служб, каждая из которых выполняет конкретную функцию? а) Клиент-серверная архитектура б) Монолитная архитектура в) Микросервисная архитектура г) Централизованная архитектура	в
6.	Какой из нижеперечисленных архитектурных стилей описывает систему, в которой все компоненты находятся на одном сервере? а) Клиент-серверная архитектура б) Монолитная архитектура в) Микросервисная архитектура г) Централизованная архитектура	б
7.	Какой из нижеперечисленных принципов архитектуры предприятия означает, что компоненты системы должны быть открыты для расширения, но закрыты для изменения? а) Принцип единственной ответственности б) Принцип разделения интерфейсов в) Принцип открытости/закрытости г) Принцип инверсии зависимостей	в
8.	Какой из нижеперечисленных видов архитектурных моделей описывает физическое размещение компонентов информационной системы? а) Логическая модель б) Физическая модель в) Архитектурная модель г) Процессная модель	б
9.	Какой из нижеперечисленных архитектурных стилей описывает систему, в которой каждый компонент выполняет как можно больше функций? а) Клиент-серверная архитектура б) Монолитная архитектура в) Микросервисная архитектура г) Централизованная архитектура	б
10.	Какой из нижеперечисленных архитектурных стилей описывает систему, в которой клиенты обращаются к серверу для получения данных или услуг? а) Клиент-серверная архитектура б) Монолитная архитектура в) Микросервисная архитектура г) Централизованная архитектура	а
11.	Как называется базовый компонент информационной системы?	Данные

12.	Как называется процесс управления данными?	Моделирование
13.	Как называется структура, организующая данные в информационной системе?	База данных
14.	Как называется программное обеспечение для управления базами данных?	DBMS
15.	Какой термин описывает архитектуру, основанную на использовании облачных сервисов?	Облачная архитектура
16.	Как называется методика оценки производительности информационной системы?	Тестирование
17.	Какой термин описывает модель взаимодействия компонентов системы?	Интерфейс
18.	Как называется методика разработки, основанная на итерациях?	Agile
19.	Какой термин описывает защиту информации от несанкционированного доступа?	Безопасность
20.	Как называется архитектура, основанная на использовании сервисов?	SOA
21.	Как называется технология виртуализации серверов?	VMware
22.	Какой термин описывает разделение системы на отдельные слои?	Многоуровневая
23.	Как называется метод оценки надежности и устойчивости системы?	Резервирование
24.	Какой термин описывает автоматизацию процессов управления в системе?	Оркестрация
25.	Как называется процесс обеспечения взаимодействия различных систем?	Интеграция
26.	Как называется методика проектирования информационных систем?	UML
27.	Как называется стандарт обмена данными между системами?	XML
28.	Какой термин описывает совокупность всех компонентов информационной системы?	Инфраструктура
29.	Как называется процесс управления изменениями в системе?	DevOps
30.	Как называется архитектурный подход, основанный на микросервисах?	Микросервисная архитектура
Б1.В.01.11 Маркетинговые исследования – 6 семестр		
31.	Комплекс маркетинга (маркетинг-микс) – это: А. Использование маркетингового исследования для обоснования стратегических решений В. Объединение маркетинговых усилий производителя и дистрибьютора С. Комбинация инструментов маркетинга и их концентрация на том направлении, на котором фирма располагает преимуществом D. Все варианты верны	С
32.	Продвижение товара на рынок осуществляется: А. В форме перемещения товара от производителя до потребителя В. В форме создания конкурентоспособного товара	С

	С. В форме организации рекламной кампании и проведения презентаций D. Все варианты верны	
33.	На рынке кондитерских изделий примером кастомизации является: A. Торт с разработанным вами дизайном B. Купон на бесплатную повторную покупку C. Новая реклама на российском телевидении D. Программа Лояльности Для Жителей Какого-То Города	A
34.	К критериям эффективной сегментации НЕ относятся: (выберите все верные варианты ответов) A. Однородность сегмента B. Измеримость сегмента C. Размер сегмента D. Доступность сегмента E. Неоднородность сегмента	E
35.	Спрос на товар эластичен по доходу - это значит: A. При изменении дохода потребление этого товара остается неизменным B. При изменении дохода потребление этого товара изменяется C. Изменение дохода никак не влияет на потребление этого товара D. Товар может использоваться для получения дохода потребителем	B
36.	Что такое потребительская ценность продукта? A. Выгода потребления – стоимость потребления продукта B. Выгода потребления + стоимость потребления продукта C. Стоимость потребления продукта – выгода потребления D. Выгода потребления = стоимость потребления продукта	A
37.	Специфика панельных исследований заключается в том, что – это: A. Повторяющиеся исследования B. Сплошные исследования C. Независимые исследования D. Качественные исследования	A
38.	Методом проведения первичных (полевых) маркетинговых исследований является: A. Наблюдение за поведением потребителей в торговом зале B. Изучение рекламной информации конкурентов	A

	С. Изучение справочников и статистической информации D. Анализ внутренних данных предприятия о маркетинговых затратах	
39.	SWOT-анализ позволяет фирме A. Выявить целевые рынки B. Определить эффективность ценовой политики C. Выявить слабые и сильные стороны предпринимательской деятельности D. Все варианты верны	C
40.	PEST-анализ используется с целью изучения A. Макросреды B. Внутренних процессов в компании C. Потребительского поведения D. Конкурентов	A
41.	Расположите в правильной последовательности этапы e-mail маркетинга. A. Составление базы данных для рассылки. B. Определение цели и структуры информационного письма. C. Определение частоты отправки писем. D. Подготовка содержания информационных писем. E. Тестирование отправки. F. Отправка письма (рассылка). G. Анализ результатов.	ABCDEFGH
42.	Основное назначение маркетингового плана можно описать как A. Анализировать финансовое состояние компании B. Визуализировать примеры рекламы C. Описывать состояние рынка D. Переводить стратегию на тактический уровень	D
43.	Завод, производящий бытовую технику, воспользуется матрицей Бостонской консалтинговой группы, чтобы A. Выявить привлекательность отрасли, в которой работает предприятие B. Установить долю предприятия на целевом рынке C. Установить оптимальный товарный ассортимент D. Определить сроки разработки новых товаров	C
44.	Сопоставьте названия бизнес-моделей электронной коммерции с их кратким описанием. 1. B2B 2. B2C 3. C2C 4. C2B A. «виртуальное торговое сообщество	1B 2C 3A 4D

	потребителей», где каждый человек может покупать и продавать вещи В. вид деятельности, когда две компании проводят бизнес-транзакции с помощью Интернета С. деятельность нацелена на прямые продажи для потребителя Д. вид деятельности, предоставляющий потребителю возможность самостоятельно устанавливать стоимость для различных товаров и услуг, предлагаемых компаниями	
45.	Сопоставьте следующие термины и определения. 1. Email маркетинг 2. Affiliate маркетинг 3. Inbound маркетинг 4. Web аналитика А. Анализ поведения пользователей на сайте для улучшения эффективности интернет-рекламы В. Форма интернет-маркетинга, при котором партнеры размещают ссылки на своем сайте и получают комиссию за каждую продажу или привлеченного клиента С. Направление интернет-маркетинга, основанное на создании полезного контента для потенциальных клиентов с целью их привлечения и удержания Д. Рассылка электронных писем потенциальным клиентам с целью повышения продаж и удержания существующих клиентов	1D 2B 3C 4A
46.	Назовите понятие, которому соответствует данное определение: «... – это нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида».	потребность
47.	Согласно Ф. Котлеру, «... – это вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена (Ф. Котлер). Вставьте пропущенное слово.	маркетинг
48.	Какой концепции маркетинга соответствует следующая ведущая идея: «Произвожу то, что могу».	производственная
49.	Стратегический маркетинг включает 3 стратегические составляющие работы на целевом рынке: 1)... , 2) таргетирование, 3) позиционирование. Впишите недостающий элемент (стратегическую составляющую).	сегментирование сегментация
50.	Назовите понятие, которому соответствует данное определение: «... – это адаптация продукта под нужды конкретного сегмента».	кастомизация
51.	В маркетинге выделяют несколько стратегий в зависимости от того, как компания сегментирует рынок. Какой стратегии соответствует следующий подход: «Компания решает действовать на нескольких сегментах со специально для них разработанными продуктами»?	дифференцированный
52.	Воронка продаж включает такие этапы, как 1) интерес, 2)	21354

	осведомленность, 3) желание, 4) лояльность 5) покупка. Расставьте, пожалуйста, этапы воронки продаж в правильной последовательности.	
53.	Предположим, у рекламы было 1 000 000 показов, и 10 000 человек кликнули по ней. Из 10 000 кликов 200 человек купили/позвонили/зарегистрировались/оставили заявку/сделали любое целевое действие, которое необходимо. Из 200 человек, 100 заплатили. Повторно вернулись за новыми продуктами – 50. Из 50 повторно купивших остались постоянными клиентами всего 10. Чему равна конверсия среди покупателей, если мы считаем целевым действием формирование лояльности покупателей? В ответе укажите число с единицей измерения (в процентах).	0,001%
54.	Как называется вид потребительской лояльности, в соответствии с которой при положительном отношении потребителя к продукту он совершает редкие покупки (по причине, например, недостаточности финансовых ресурсов, нечастой потребности в продукте и пр.).	латентная лояльность
55.	Какие исследования могут проводиться на малой выборке для получения более подробного представления о потребителях, предпочтениях и формулировки потребительских целей.	качественные
56.	Как называется выборочное исследование/опрос совокупности респондентов, проводимое систематически или периодически.	панель панельное исследование
57.	Как называется целенаправленное изменение отдельных параметров товара: цены, упаковки или отдельных ее элементов, расположения на полках, комплектации, уровня обслуживания и т.д., осуществляемое без уведомления потребителя с целью количественного измерения произведенного эффекта.	эксперимент
58.	Как называется несоответствие между ожиданиями потребителя и реальным качеством товара (услуги).	когнитивный диссонанс
59.	Коэффициент эластичности спроса по цене равен 2. На сколько процентов изменится объем спроса при снижении цены на 3%.	6%
60.	Какую конкурентную стратегию (по М. Портеру) следует выбирать компании, у которой есть возможность широкого охвата рынка и уникальное торговое предложение.	стратегия дифференциации
61.	Как называются конкуренты, которые удовлетворяют ту же самую потребность посредством других способов, товаров (и\товаров-заменителей).	косвенные
62.	Как называется финансовый план маркетинга, содержащий данные о затратах компании на ведение маркетинговой деятельности и доходах от маркетинговых мероприятий.	бюджет
63.	При разработке какого элемента комплекса маркетинга необходимо учитывать влияние следующих факторов: ориентированных на компанию, ориентированных на конкурентов, ориентированных на затраты,	цена ценообразование

	ориентированных на потребителя.	
64.	Чему равна глубина ассортимента одного из брендов крупной FMCG компании, которая продает мыло с тремя разными ароматами: яблоко, клубника, цитрусовые в двух различных вариантах упаковки?	6
65.	Для какой группы товаров в рамках матрицы БКГ характерно: темп роста рынка низкий, доля рынка – высокая.	дойные коровы
66.	Для какой группы товаров в рамках матрицы БКГ характерна стратегия «сбора урожая»?	дойные коровы
67.	Назовите понятие, которому соответствует данное определение: «... – это концепция, описывающая маркетинговые действия компании на разных стадиях жизни товара».	Жизненный цикл товара
68.	Как называется инструмент, суть которого составляет продвижение в социальных сетях?	SMM
69.	Маркетинговые коммуникации делятся на три вида: ATL, BTL, TTL. Какой из видов маркетинговых коммуникаций не предполагает взаимодействия с конечным потребителем.	ATL
70.	Как называется рекламный механизм, позволяющий выделять целевую аудиторию из всей имеющейся аудитории?	Таргетинг Таргетирование таргет
71.	Назовите понятие, которому соответствует данное определение: «... – это последовательный набор функциональных, эмоциональных, психологических и социальных обещаний целевому потребителю, которые являются для него уникальными и значимыми и наилучшим образом отвечают его потребностям».	Бренд
72.	Как называется показатель, характеризующий сумму, которую компания платит, когда пользователь совершает целевое действие.	CPA Cost Per Action
73.	Как называется процент людей, которые переходят с одного этапа воронки на другой?	конверсия
74.	«... – это оплаченная, не персонализированная коммуникация, осуществляемая идентифицируемым спонсором и использующая СМИ с целью склонить (к чему-то) или повлиять (как-то) на аудиторию». Вставьте пропущенное слово	реклама
75.	Университет запустил в мае 2021 г. контекстную рекламу с целью привлечения абитуриентов. Месячный бюджет рекламной кампании составил 10 000 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 равен коэффициент кликабельности рекламного объявления?	40%
76.	Внедрение механизма удаленной идентификации позволит повысить доступность финансовых услуг, в том числе для людей с ограниченными возможностями,	конкуренции

	пожилого и маломобильного населения, а также будет способствовать развитию..... и снижению издержек на финансовом рынке.	
77.	К достоинствам введения биометрии в банках относится – возможность обслуживания в других учреждениях, применяющих биометрическую идентификацию, так как хранение данных будет в _____. Вставьте пропущенное слово.	ЕСИА
78.	Напишите 3-4 основных признака сегментации потребителей рынка банковских услуг.	Географический Демографический Психографический Поведенческий социально-экономический культурный
79.	Разделение целевой аудитории и текущих клиентов на группы по ряду характеристик, которые влияют на потребительское поведение. Например, пол, возраст, уровень дохода, убеждения, образ жизни – называется .	сегментация рынка
80.	Сегментирование рынка позволяет составить портрет целевой _____, понять кто и почему покупает продукт.	аудитория
Б1.В.01.ДВ.04.02 Инновационный менеджмент– 7 семестр		
81.	Инновации – это конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде (отметьте неправильный вариант): А. Новых продуктов; В. Новом технологическом процессе; С. Новом способе организации производства; D. Новом дизайне упаковки продукта.	D
82.	К механизмам работы компании по принципу «открытых инноваций» НЕ относится: А. Публичная презентация нового продукта; В. Стратегические альянсы с другими компаниями; С. Создание корпоративных венчурных фондов; D. Заказы на НИОКР у внешних лабораторий и компаний.	A
83.	К обязательным свойствам инноваций НЕ относится: А. Научно-техническая новизна; В. Производственная применимость; С. Коммерческий потенциал; D. Усовершенствованный дизайн.	D
84.	1. Расставьте основные этапы цикла венчурного инвестирования в порядке очередности возникновения: 1. Подбор компании 2. Формирование фонда 3. Осуществление инвестиций 4. Постинвестиционное управление 5. Управление выходом Запишите соответствующую последовательность слева	21345

	направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>						
85.	Расставьте в необходимом порядке этапы взаимодействия рынка и продукта и запишите в таблицу соответствующую последовательность: 1. Разработка нового продукта 2. Создание новой технологии или бизнес-модели 3. Появление требований по улучшению 4. Выход на рынок 5. Запрос на изменения Запишите соответствующую последовательность слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>						21435
86.	Что из нижеперечисленного характеризует командного лидера (выберите несколько вариантов ответа): А. Харизма; В. Умение правильно распределять роли; С. Либерализм; D. Умение мотивировать команду.	BD					
87.	Стратегические решения обладают следующими характеристиками: А. Необратимые, долгосрочные, имеющие ключевое влияние на компанию в целом, касаются всех сфер деятельности и управления; В. Характерны только для крупных организаций, так как требуют большого штата сотрудников; С. Принимаются руководителями и связаны со стратегической безопасностью организации; D. Принимаются минимум раз в месяц.	A					
88.	Что является основой возникновения бизнес-идеи? А. Возможности; В. Ценности; С. Получение прибыли; D. Стремление к лидерству.	A					
89.	Эффективная бизнес-модель определяется следующими параметрами: А. Постоянный поиск новых возможностей, сочетание возможностей рынка и возможностей компании, интегрированность компании в создание цепочки ценностей, умение изменять существующую или создавать новую бизнес-модель в соответствии с новыми возможностями; В. Эффективное взаимодействие с рынком, поставщиками и конкурентами; С. Эффективное управление, организация операционной деятельности, отличная идея, которую можно кому-нибудь продать; D. Эффективное управление, командный дух.	A					

90.	1. Установите соответствие характеристики и типа инновации по глубине вносимых изменений: <table><tr><th>Тип инновации</th><th>Характеристика типа инновации</th></tr><tr><td rowspan="3">А. Улучшающая Б. Подрывная В. Базисная</td><td>1. Инновации, которые базируется на научном открытии или крупном изобретении и направлено на освоение принципиально новых продуктов и услуг, технологий новых поколений.</td></tr><tr><td>2. Инновации, которые создают новый рынок и в результате разрушают существующий, вытесняя его признанных лидеров</td></tr><tr><td>3. Инновации, направленные на незначительное изменение параметров производимых продуктов и используемых технологий, совершенствование продукции и технологических процессов</td></tr></table> Запишите в таблицу выбранные цифры под соответствующими буквами: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td></tr></table>	Тип инновации	Характеристика типа инновации	А. Улучшающая Б. Подрывная В. Базисная	1. Инновации, которые базируется на научном открытии или крупном изобретении и направлено на освоение принципиально новых продуктов и услуг, технологий новых поколений.	2. Инновации, которые создают новый рынок и в результате разрушают существующий, вытесняя его признанных лидеров	3. Инновации, направленные на незначительное изменение параметров производимых продуктов и используемых технологий, совершенствование продукции и технологических процессов	А	Б	В				321
Тип инновации	Характеристика типа инновации													
А. Улучшающая Б. Подрывная В. Базисная	1. Инновации, которые базируется на научном открытии или крупном изобретении и направлено на освоение принципиально новых продуктов и услуг, технологий новых поколений.													
	2. Инновации, которые создают новый рынок и в результате разрушают существующий, вытесняя его признанных лидеров													
	3. Инновации, направленные на незначительное изменение параметров производимых продуктов и используемых технологий, совершенствование продукции и технологических процессов													
А	Б	В												
91.	Расставьте в правильном порядке стадии традиционного жизненного цикла продукта 1. Изучение рынка 2. Вывод на рынок 3. Разработка продукта 4. Обслуживание и поддержка 5. Продажи 6. Утилизация Запишите соответствующую последовательность слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>							132546						
92.	Расставьте основные источники финансирования инновационной деятельности в порядке <u>возрастания</u> доступного <u>объема</u> финансирования: 1. Фондовые рынки 2. Ресурсы бизнес-инкубаторов 3. Личные сбережения 4. Венчурные фонды Запишите соответствующую последовательность слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>					3241								

93.	В какой ситуации наиболее сильно влияние референтных групп на выбор индивидуальным потребителем товарной группы и товарной марки? А. Публичных товаров первой необходимости (открытое потребление); В. Личных товаров первой необходимости (скрытое потребление); С. Личных товаров роскоши (скрытое потребление); D. Публичных товаров роскоши (открытое потребление).	D
94.	Какие факторы могут оказать наиболее позитивное воздействие на решение дистрибьютора взять инновационный товар в свою ассортиментную линейку? (выберите несколько вариантов ответа) А. Предполагающаяся массовая рекламная кампания; В. Предоставление бонуса в 5% от объема продаж; С. Предоставление эксклюзивных прав на торговлю данным инновационным товаром данному дистрибьютору; D. Наличие информации о данной инновации в интернете.	АС
95.	Управленческое решение, связанное с обязательством решить определенные задачи в установленные сроки – это компании. Вставьте пропущенное слово.	цель, цели
96.	Отличительными чертами концепции бизнес-моделирования являются целостный подход к описанию компании, включая такие аспекты, как корпоративная стратегия, структурные,, операционные механизмы, продукты и услуги, рассматриваемые как единая целостность в динамическом контексте. Вставьте пропущенное слово.	финансовые
97.	Шаблон бизнес-модели А.Остервальдера и И.Пенье включает в себя следующие блоки: потребительские сегменты, взаимоотношения с клиентами, каналы сбыта, потоки поступления дохода, ключевые партнеры, основные виды деятельности, ключевые ресурсы, структура издержек. Напишите название неназванного блока.	ценностное предложение
98.	Маркетинговая среда фирмы состоит из внутренней среды и среды. Вставьте пропущенное слово	внешней
99.	Исследование заключалось 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. Определите метод маркетингового исследования.	фокус-группа
100.	Формальная передача прав на использование и коммерциализацию новых изобретений и инноваций от субъекта, выполняющего научные исследования, третьей стороне – это	трансфер технологий
101.	называют коммерческий проект, основанный на какой-	стартап

	либо идее и требующий финансирования для развития?	
102.	При частичной или полной передаче патентообладателем (лицензиаром) покупателю (лицензиату) права на использование запатентованного объекта техники или технологии без передачи соответствующего «ноу-хау» заключается лицензия. Вставьте пропущенное слово.	патентная
103.	При передаче прав на использование объектов, которые не защищены патентом в стране лицензиата, заключается лицензия. Вставьте пропущенное слово.	беспатентная
104.	Если при предоставлении патентной лицензии у лицензиара возникает необходимость передачи некоторого «ноу-хау» и технологических данных, то заключается лицензия. Вставьте пропущенное слово.	гибридная
105.	Лицензия, предусматривающая предоставление лицензиару прав на использование объектов техники или технологии, разработанных лицензиатом на основе знаний, первоначально полученных им по основному лицензионному договору, это лицензия. Вставьте пропущенное слово.	возвратная
106.	Лицензия, которая не предполагает для лицензиара возможности ее отзыва и предоставляется лицензиату на весь срок действия охраны объекта интеллектуальной собственности, это лицензия. Вставьте пропущенное слово.	безотзывная
107.	Лицензия, предполагающая передачу прав на использование объектов промышленной собственности в лицензионной форме в составе других коммерческих сделок (на поставку комплектного оборудования, подрядные работы, услуги типа «инжиниринг», оказание технической помощи, производственную кооперацию, создание совместных предприятий и др.), это лицензия. Вставьте пропущенное слово.	сопутствующая
108.	Художественно-конструкторское решение, определяющее внешний вид изделия. Назовите данный объект интеллектуальных прав.	промышленный образец
109.	Техническое решение в любой области, относящееся к продукту (в частности, устройству, веществу, штамму микроорганизма, культуре клеток растений или животных) или способу (процессу осуществления действий над материальным объектом с помощью материальных средств), в том числе к применению продукта или способа по определенному назначению. Назовите данный объект интеллектуальных прав	изобретение
110.	Техническое решение, относящееся к устройству. Назовите данный объект интеллектуальных прав.	полезная модель
111.	Назовите вид анализа, позволяющий компании оценить вероятности ухудшения итоговых показателей бизнеса.	анализ риска
112.	Группу потенциальных покупателей, на интересы которой направлен продукт, называют проекта. Вставьте пропущенное слово.	целевая аудитория
113.	Специальное разрешение на право осуществления юридическим лицом или индивидуальным	лицензия

	предпринимателем конкретного вида деятельности (выполнения работ, оказания услуг, составляющих лицензируемый вид деятельности), которое подтверждается записью в реестре лицензий – это	
114.	Как называют юридическое лицо или индивидуального предпринимателя, имеющего лицензию?	лицензиат
115.	Деятельность, связанная с процессом преобразования научного знания в инновацию, называется деятельностью. Вставьте пропущенное слово.	инновационной
116.	Деятельность, направленная на получение прибыли от конкретных технологических разработок и включающая в себя мероприятия по активному маркетингу продукта, называется технологий. Вставьте пропущенное слово.	коммерциализацией
117.	Анализ точки показывает, что может произойти с прибылью фирмы при изменении объема производства и (или) сбыта продукции, услуг, изменении цены и основных параметров затрат фирмы. Вставьте пропущенное слово.	безубыточности
118.	Коэффициент инвестиций – это финансовый показатель, обозначающий доходность (или убыточность) инвестиционных вложений в бизнес, проект, стартап, маркетинговую акцию. Вставьте пропущенное слово.	рентабельности
119.	Минимальный период времени возврата вложенных средств в инвестиционный проект, бизнес или любую другую инвестицию – этоинвестиций. Вставьте пропущенное слово.	срок окупаемости
120.	Инновации, которые создают новый рынок и в результате разрушают существующий, вытесняя его признанных лидеров, называются инновациями. Вставьте пропущенное слово.	подрывными
121.	Часть национальной инновационной системы, которая содействует переводу научных знаний в коммерчески привлекательные продукты – это инновационная Вставьте пропущенное слово.	инфраструктура
122.	Какой показатель отражает экономический интерес инвестора, вкладывающего средства в инновационный проект?	прибыль
123.	Какая стадия развития стартапа характеризуется попыткой организовать производство и переход от прототипа к действующему масштабируемому продукту?	запуск
124.	Какой тип стратегии ориентирован на максимальное снижение уровня риска в условиях высокой неопределенности потребительского спроса на инновационный продукт?	выжидания
125.	Какие виды исследований направлены на изучение возможности создания инновационной продукции и технологий, новых форм и методов организации производства и предпринимательской деятельности?	поисковые
	Б2.В.01.02(У) Учебная практика (технологическая (проектно-	

	технологическая) практика) – 4 семестр	
126.	Отчет по практике	-
	Б2.В.01.04(Пд) Производственная практика (преддипломная практика) – 8 семестр	
127.	Отчет по практике	-
	Б3.01.01 Итоговая аттестация	
128.	Выпускная квалификационная работа	