Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: проректор
Дата подписания: 28.06.2025 21:33:22
Уникальный программный ключ:
1800f7d89cf4ea7507265ba593fe87537eb15a6c

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение «Донецкая академия управления и государственной службы»

Факультет менеджмента
Кафедра маркетинга и логистики

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

основной профессиональной образовательной программы

для проведение диагностической работы в рамках государственной аккредитации

г. Донецк, 2025

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Назначение комплекта оценочных материалов	3
2.	Общее количество тестовых заданий	3
3.	Распределение тестовых заданий по компетенциям и дисциплинам	5
4.	Распределение тестовых заданий по типам и уровням сложности	15
5.	Сценарии выполнения тестовых заданий	35
6.	Тестовые задания	36
7.	Система оценивания тестовых заданий	195
8.	Описание дополнительных материалов и оборудования для выполнения тестовых заданий	282
9.	Ключи к оцениванию	243

1 Назначение комплекта оценочных материалов

Данный комплект оценочных материалов предназначен для УГСН 5.38.00.00 Экономика и управление, направление подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»), очной формы обучения, основной профессиональной образовательной программы магистратуры 2024 года набора.

2.Общее количество тестовых заданий

Код компетенции	Наименование компетенций	Количество заданий
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	20
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	20
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	20
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	20
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	20
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	20
ОПК ОС-1	Способен решать управленческие задачи на основе теории менеджмента и использования бенчмаркинга с учетом изменений внешней среды	20
ОПК ОС-2	Способен применять современные методы сбора, обработки и анализа данных при решении управленческих и исследовательских задач	20
ОПК ОС-3	Способен разрабатывать стратегии развития инновационных направлений деятельности организаций и трансформации их бизнес-моделей	20
ОПК ОС-4	Способен выполнять научно-исследовательские проекты в менеджменте и смежных областях	20
ПКс-1	Способен к стратегическому анализу и планированию продвижения продукции/услуги и организаций/ предприятий	20
ПКс-2	Способен анализировать работу, управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта	20

ПКс-3	Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга	20
ПКс-4	Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций в организации	20
ПКс-5	Способен формировать маркетинговую стратегию организации/предприятия	20
ПКс-6	Способен управлять маркетинговой системой организации/предприятия и вносить изменения в ее функционирование	20
ПКс-7	Способен к осуществлению информационно-аналитической деятельности, проведению маркетинговых исследований	20
Всего		340

3. Распределение тестовых заданий по компетенциям и дисциплинам

Код компетенции	Наименование компетенции	Наименование индикаторов сформированности компетенции	Наименование дисциплины/модуля/практик	Семестр	Номер задания
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 - Способен оценивать последствия при угрозе и возникновении чрезвычайных	Гражданская оборона	1	1-3
		УК-1.2 - Способен применять методы защиты в чрезвычайных ситуациях и в условиях военных конфликтов	Гражданская оборона	1	4-5
		УК-1.3 - Способен применять системный подход при работе с информацией	История и философия науки	2	6-8
		УК-1.4 - Способен осуществлять квалифицированную оценку знания на основе системного и междисциплинарного подходов в различных культурно-исторических условиях	История и философия науки	2	9-10
		УК-1.5 - Способен разрабатывать стратегию, направленную на устранение рисков	Учебная (ознакомительная) практика	1	11-15
		УК-1.6 - Способен применять системный подход при анализе информации, восполнять и	Современный стратегический анализ	2	16-18

Код компетенции	Наименование компетенции	Наименование индикаторов сформированности компетенции	Наименование дисциплины/модуля/практик	Семестр	Номер задания
		синтезировать недостающую информацию			
		УК-1.7 - Способен разрабатывать альтернативные стратегии действий на основе критического анализа и системного подхода	Современный стратегический анализ	2	19-20
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 - Способен определять цели и задачи управления изменениями на основе проектного подхода	Управление изменениями	4	21-27
		УК-2.2 - Способен оценивать изменения и управлять ими	Управление изменениями	4	28-35
		УК-2.3 - Способен оценивать ресурсы и определять способы управления проектом	Научно-исследовательская работа	4	36-40
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 - Способен организовать конструктивное взаимодействие в команде	Психология межличностных отношений	1	41-45
		УК-3.2 - Способен применять различные технологии управления межличностными отношениями	Психология межличностных отношений	1	46-50
		УК-3.3 - Способен разработать командную стратегию управления организацией	Управленческая экономика	1, 2	51-60

Код компетенции	Наименование компетенции	Наименование индикаторов сформированности компетенции	Наименование дисциплины/модуля/практик	Семестр	Номер задания
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 - Способен участвовать в публичных выступлениях	Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров	1	61-70
		УК-4.2 - Способен аргументированно дискутировать на иностранном языке на профессиональные темы	Иностранный язык профессиональной направленности	1, 2	71-75
		УК-4.3 - Способен работать с профессиональными текстами на иностранном языке	Иностранный язык профессиональной направленности	1, 2	76-80
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 - Способен учитывать историческое наследие и традиции различных социальных групп, этносов и конфессий	История культуры России	2	81-90
		УК-5.2 - Способен преодолевать коммуникативные барьеры при межкультурном взаимодействии	История культуры России	2	91-100
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 - Способен определять приоритеты собственной деятельности в организации образовательной среды	Педагогика высшей школы (факультативная дисциплина)	1	101-105
		УК-6.2 - Способен использовать образовательные технологии при выстраивании траектории	Педагогика высшей школы (факультативная дисциплина)	1	106-110

Код компетенции	Наименование компетенции	Наименование индикаторов сформированности компетенции	Наименование дисциплины/модуля/практик	Семестр	Номер задания
		собственного профессионального роста			
		УК -6.3. - Способен при ведении переговоров реализовывать и совершенствовать приоритеты собственной деятельности	Основы бизнес-лингвистики и теория переговоров	1	111-120
ОПК ОС-1	Способен решать управленческие задачи на основе теории менеджмента и использования бенчмаркинга с учетом изменений внешней среды	ОПК ОС-1.1 - Способен диагностировать проблемную ситуацию и предлагать управленческое решение, используя современные инструменты менеджмента	Современный менеджмент	2	121-135
		ОПК ОС-1.2 - Способен решать управленческие задачи на основе теории менеджмента с учетом изменений внешней среды	Научно-исследовательская работа	4	136-140
ОПК ОС-2	Способен применять современные методы сбора, обработки и анализа данных при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК ОС-2.1 - Способен осуществлять поиск и анализ информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Методы исследования в менеджменте	1	141-155
		ОПК ОС-2.2 - Способен использовать системный подход при работе с	Научно-исследовательская работа	4	156-160

Код компетенции	Наименование компетенции	Наименование индикаторов сформированности компетенции	Наименование дисциплины/модуля/практик	Семестр	Номер задания
		информацией при решении управленческих задач			
ОПК ОС-3	Способен разрабатывать стратегии развития инновационных направлений деятельности организаций и трансформации их бизнес-моделей.	ОПК ОС-3.1- Способен реализовывать общие функции управления, принимать стратегические и тактические решения	Современный менеджмент	2	161-175
		ОПК ОС-3.2 - Способен разрабатывать стратегии развития инновационных направлений маркетинговой деятельности	Научно-исследовательская работа	4	176-180
ОПК ОС-4	Способен выполнять научно-исследовательские проекты в менеджменте и смежных областях	ОПК ОС-4.1 - Способен использовать современные методы исследования при подготовке проекта	Методы исследования в менеджменте	1	181-195
		ОПК ОС-4.2 - Способен выполнять научно-исследовательский проект в сфере менеджмента	Научно-исследовательская работа	4	196-200
ПКс-1	Способен к стратегическому анализу и планированию продвижения продукции/услуги и организаций/ предприятий	ПКс-1.1. - Способен планировать маркетинговую деятельность организации/предприятия	Маркетинговое планирование в конкурентной среде	2	201-208
		ПКс-1.2. - Способен осуществлять стратегическое бизнес-планирование	Стратегическое бизнес-планирование	3	209-216

Код компетенции	Наименование компетенции	Наименование индикаторов сформированности компетенции	Наименование дисциплины/модуля/практик	Семестр	Номер задания
		ПКс-1.3. - Способен осуществлять стратегический анализ и планирование продвижения продукции/услуги организаций/предприятий в сети Интернет	Производственная (преддипломная практика)	4	217-220
ПКс-2	Способен анализировать работу, управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта	ПКс-2.1. - Способен управлять командой проекта при проведении маркетингового тренинга	Маркетинговый тренинг	1	221-228
		ПКс-2.3. - Способен анализировать и управлять работой персонала в сфере продаж	Управление продажами	4	229-236
		ПКс-2.3. - Способен анализировать работу, управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта	Производственная (преддипломная практика)	4	237-240
ПКс-3	Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКс-3.1. - Способен применять инструменты комплекса маркетинга при продвижении территории	Бренд территорий	1	241-248
		ПКс-3.2. - Способен разрабатывать и применять креативные рекламные технологии	Креативные рекламные технологии (факультативная дисциплина)	3	249-256

Код компетенции	Наименование компетенции	Наименование индикаторов сформированности компетенции	Наименование дисциплины/модуля/практик	Семестр	Номер задания
		ПКс-3.3. - Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием комплекса маркетинга	Производственная (преддипломная практика)	4	257-260
ПКс-4	Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций в организации	ПКс-4.1. - Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать инструменты, приемы и методы Интернет-маркетинга	Интернет-маркетинг	2	261-264
		ПКс-4.2. - Способен формировать и развивать системные знания в сфере кросс-культурных коммуникаций	Кросс-культурный маркетинг (факультативная дисциплина)	2	265-267
		ПКс-4.3. - Способен использовать инструменты маркетинговых коммуникаций, стандарты и принципы, определяющие рекламную деятельность организации на международном уровне	Международная реклама	3	268-270
		ПКс-4.4. - Способен организовывать и проводить кампании по рекламе и связям с общественностью	Организация и проведение кампании по рекламе и связям с общественностью	3	271-274

Код компетенции	Наименование компетенции	Наименование индикаторов сформированности компетенции	Наименование дисциплины/модуля/практик	Семестр	Номер задания
		ПКс-4.5. - Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать коммуникационные кампании, проекты и мероприятия	Product Placement	4	275-277
		ПКс-4.6. - Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации	Производственная (преддипломная практика)	4	278-280
ПКс-5	Способен формировать маркетинговую стратегию организации/предприятия	ПКс-5.1. - Способен к изучению рынков и осуществлению маркетингового анализа с целью формирования маркетинговой стратегии организации	Методы изучения рынков и маркетинговый анализ	2	281-288
		ПКс-5.2. - Способен формировать результативную маркетинговую стратегию организации	Формирование маркетинговой стратегии	3	289-296
		ПКс-5.3. - Способен формировать маркетинговую стратегию организации	Производственная (преддипломная практика)	4	297-300
ПКс-6	Способен управлять маркетинговой системой организации/предприятия	ПКс-6.1. - Способен осуществлять контроль маркетинговой деятельности организации в области	Управление затратами	1	301-308

Код компетенции	Наименование компетенции	Наименование индикаторов сформированности компетенции	Наименование дисциплины/модуля/практик	Семестр	Номер задания
	и вносить изменения в ее функционирование	управления затратами и вносить соответствующие изменения			
		ПКс-6.2. - Способен разрабатывать, реализовывать и управлять комплексом изменений, направленных на привлечение новых потребителей с помощью бренда	Управление брендом	4	309-316
		ПКс-6.3. - Способен формировать маркетинговую стратегию организации	Производственная (преддипломная практика)	4	317-320
ПКс-7	Способен к осуществлению информационно-аналитической деятельности, проведению маркетинговых исследований	ПКс-7.1. - Способен осуществлять информационно-аналитическую деятельность и проводить исследования в сфере маркетинга и аутсорсинга транспортно-экспедиционного обслуживания	Маркетинг и аутсорсинг транспортно-экспедиционного обслуживания (дисциплина по выбору)	1	321-328
		ПКс-7.2. - Способен применять современные методы и сетевые технологии оперативного сбора, анализа и обработки маркетинговой информации	Маркетинг и маркетинговый консалтинг	3	329-336

Код компетенции	Наименование компетенции	Наименование индикаторов сформированности компетенции	Наименование дисциплины/модуля/практик	Семестр	Номер задания
		ПКс-7.3. - Способен осуществлять информационно-аналитическую деятельность, проводить маркетинговые исследования	Производственная (преддипломная практика)	4	337-340

4. Распределение тестовых заданий по типам, уровням сложности и времени выполнения

Код компетенции	Индикатор сформированности компетенции	Номер задания	Тип задания	Уровень сложности задания	Время выполнения (мин.)
УК-1	УК-1.1	1	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		2	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		3	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
	УК-1.2	4	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		5	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-1.3	6	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		7	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		8	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
	УК-1.4	9	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		10	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10

	УК-1.5	11	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		12	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		13	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		14	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		15	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
	УК-1.6	16	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		17	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		18	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-1.7	19	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		20	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
УК-2	УК-2.1	21	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		22	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		23	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		24	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		25	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		26	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3

		27	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
	УК-2.2	28	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		29	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		30	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		31	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		32	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		33	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		34	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		35	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-2.3	36	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		37	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		38	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		39	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		40	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
УК-3	УК-3.1	41	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		42	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		43	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		44	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3

		45	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
	УК-3.2	46	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		47	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		48	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		49	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		50	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-3.3	51	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		52	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		53	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		54	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		55	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		56	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		57	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		58	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		59	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		60	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
УК-4	УК-4.1	61	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		62	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3

		63	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		64	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		65	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		66	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		67	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		68	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		69	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		70	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-4.2	71	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		72	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		73	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		74	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		75	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-4.3	76	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		77	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		78	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		79	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		80	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10

УК-5	УК-5.1	81	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		82	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		83	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		84	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		85	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		86	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		87	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		88	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		89	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		90	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-5.2	91	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		92	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		93	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		94	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3

		95	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		96	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		97	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		98	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		99	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		100	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
УК-6	УК-6.1	101	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		102	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		103	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		104	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		105	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
	УК-6.2	106	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		107	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		108	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		109	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		110	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10

	УК-6.3	111	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		112	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		113	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		114	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		115	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		116	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		117	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		118	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		119	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		120	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
ОПК ОС-1	ОПК ОС-1.1	121	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		122	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		123	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		124	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		125	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		126	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		127	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		128	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		129	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		130	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		131	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3

		132	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		133	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		134	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		135	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
	ОПК ОС-1.2	136	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		137	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		138	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		139	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		140	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
ОПК ОС-2	ОПК ОС-2.1	141	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		142	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		143	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		144	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		145	Задание комбинированного типа, предполагающее выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		146	Задание комбинированного типа, предполагающее выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		147	Задание комбинированного типа, предполагающее выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		148	Задание комбинированного типа, предполагающее выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5

		149	Задание комбинированного типа, предполагающее выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		150	Задание комбинированного типа, предполагающее выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		151	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		152	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		153	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		154	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		155	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ОПК ОС-2.2	156	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		157	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		158	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		159	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		160	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
ОПК ОС-3	ОПК ОС-3.1	161	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		162	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		163	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		164	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		165	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		166	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		167	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		168	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		169	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5

		170	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		171	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		172	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		173	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		174	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		175	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ОПК ОС-3.2	176	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		177	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		178	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		179	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		180	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
ОПК ОС-4	ОПК ОС-4.1	181	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		182	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		183	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		184	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		185	Задание комбинированного типа, предполагающее выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		186	Задание комбинированного типа, предполагающее выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		187	Задание комбинированного типа, предполагающее выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5

		188	Задание комбинированного типа, предполагающее выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		189	Задание комбинированного типа, предполагающее выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		190	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		191	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		192	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		193	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		194	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		195	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
	ОПК ОС-4.2	196	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		197	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		198	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		199	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		200	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
ПКс-1	ПКс-1.1	201	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		202	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		203	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		204	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		205	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5

		206	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		207	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		208	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПКс-1.2	209	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		210	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		211	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		212	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		213	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		214	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		215	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		216	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПКс-1.3	217	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		218	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		219	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		220	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
ПКс-2	ПКс-2.1	221	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		222	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		223	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3

		224	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		225	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		226	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		227	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		228	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПКс-2.2	229	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		230	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		231	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		232	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		233	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		234	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		235	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		236	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПКс-2.3	237	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		238	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		239	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		240	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
ПКс-3	ПКс-3.1	241	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3

		242	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		243	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		244	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		245	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		246	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		247	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		248	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПКс-3.2	249	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		250	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		251	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		252	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		253	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		254	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		255	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		256	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПКс-3.3	257	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		258	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10

		259	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		260	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
ПКс-4	ПКс-4.1	261	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		262	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		263	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		264	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПКс-4.2	265	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		266	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		267	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПКс-4.3	268	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		269	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		270	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПКс-4.4	271	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		272	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		273	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		274	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПКс-4.5	275	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		276	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3

		277	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПКс-4.6	278	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		279	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		280	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
ПКс-5	ПКс-5.1	281	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		282	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		283	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		284	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		285	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		286	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		287	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		288	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПКс-5.2	289	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		290	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		291	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		292	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		293	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		294	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		295	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		296	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10

	ПКс-5.3	297	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		298	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		299	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		300	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
ПКс-6	ПКс-6.1	301	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		302	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		303	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		304	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		305	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		306	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		307	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		308	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПКс-6.2	309	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		310	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3

		311	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		312	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		313	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		314	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		315	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		316	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПКс-6.3	317	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		318	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		319	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		320	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
ПКс-7	ПКс-7.1	321	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		322	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		323	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		324	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		325	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		326	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		327	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		328	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПКс-7.2	329	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3

		330	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		331	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		332	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		333	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		334	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		335	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		336	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПКс-7.3	337	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		338	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		339	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		340	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10

5. Сценарии выполнения тестовых заданий

Тип задания	Последовательность действий при выполнении
Задание закрытого типа на установление соответствия	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 — вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 — утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4)
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один ответ, наиболее верный. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать несколько верных вариантов ответов (2 или 3). 4. Записать последовательно номера (или буквы) выбранных вариантов без пробелов и знаков препинания (например, 135). 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор каждого из ответов
Задание открытого типа с развернутым ответом	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи записать решение и ответ

6. Тестовые задания

Задание 1.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие его.

Осуществите анализ проблемной ситуации при возникновении чрезвычайной ситуации.

Выберите из перечисленных действий то, которое является первоочередным при обнаружении взрывоопасного предмета:

А. Попытаться обезвредить предмет самостоятельно.
Б. Сообщить о находке в компетентные органы (МЧС, полицию).
В. Перенести предмет в безопасное место.
Г. Огородить место находки и предупредить окружающих.
Д. Закопать предмет обратно.

Ответ:

Задание 2.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Для выработки стратегии действий при возникновении чрезвычайных ситуаций или военных конфликтов необходимо провести оценку угрозы.

При организации защиты населения от отравляющих веществ (ОВ) и аварийных химически опасных веществ (АХОВ) проводятся определенные мероприятия, направленные на устранение рисков возникновения различных проблемных ситуаций.

Задание:

1. Опишите мероприятия при организации защиты населения от отравляющих веществ (ОВ) и аварийных химически опасных веществ (АХОВ).

Ответ:

Задание 3.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Для выбора действий при возникновении чрезвычайных ситуаций или военных конфликтов необходимо провести оценку последствий.

Определите действия, необходимые при выбросе в воздух аммиака:

А. Укрыться на верхних этажах здания.
Б. Укрыться на нижних этажах или в подвале.
В. Герметизировать помещение.
Г. Обработать кожу 2% раствором пищевой соды.
Д. Провести санитарную обработку одежды.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 4.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Установите правильную последовательность действий при подборе гражданского противогаза ГП-5 для осуществления защиты в чрезвычайных ситуациях и в условиях военных конфликтов. Запишите номера действий в порядке их выполнения.

1. Подобрать шлем-маску по размеру.
2. Измерить окружность головы по условной окружности, проходящей через макушку, подбородок и щеки (измерения округлить до 0,5 см).
3. Привинтить противогазную коробку к шлем-маске.
4. Протереть шлем-маску спиртом или 2% раствором формалина.
5. Провести внешний осмотр противогаза и проверить его на герметичность.
6. Надеть шлем-маску и проверить исправность противогаза.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 5.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

При наступлении чрезвычайной ситуации на предприятии и обнаружении лица, потерявшего сознание необходимо оценить последствия, а также выработать стратегию действий сотрудников.

Независимо от причины потери сознания лица, оказывающие первую медицинскую помощь, должны действовать по определенной схеме.

Задание:

1. Опишите схему действий сотрудников при обнаружении лица, потерявшего сознание.

Ответ:

Задание 6.

Прочитайте текст и установите соответствие.

В философии науки существует множество понятий, которые помогают понять развитие научного знания на основе применения системного подхода при работе с данной информацией. Американский историк и философ науки Т. Кун, наиболее известный своей книгой «Структура научных революций» (1962 г.) вводит такие понятия, как «парадигма», «научная революция» и «нормальная наука». В этом произведении он описывает, как развивается научное знание через смену

парадигм и научные революции. Он утверждает, что научное сообщество работает в рамках определенной парадигмы, пока накопление аномалий не приведет к кризису и последующей ее смене.

Соотнесите описание и наименование понятий. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:

Описание понятия		Название понятия	
А	Совокупность фундаментальных теоретических установок, ценностей, методов и образцов решения научных проблем, которые принимаются научным сообществом в определенный период времени и определяют направление исследований	1	Нормальная наука
Б	Процесс радикального изменения парадигм, когда старая парадигма заменяется новой	2	Парадигма
В	Состояние научного сообщества, при котором ученые работают в рамках существующей парадигмы, решая задачи и проблемы, которые она ставит перед ними	3	Научная революция
Г	Наука на стадии острого кризиса, когда аномалия её развития становится слишком явной и признаётся большинством исследователей в данной области	4	Научное сообщество
Д	Сообщество, состоящее из людей, признающих парадигму	5	Экстраординарная наука
		6	Эпистема

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 7.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Одним из самых влиятельных течений в философии науки является позитивизм. Это философское направление, утверждающее, что подлинным знанием является только то, которое основано на эмпирических (чувственных) данных и научном методе. Позитивизм стремится к построению научного знания, опирающегося на факты и свободного от субъективных интерпретаций.

Кто из приведенных ниже философов является основоположником позитивизма? Обоснуйте ответ с указанием того, где и когда он возникает.

А. Рассел Б.
Б. Кун Т.
В. Поппер К.
Г. Конт О.

Д. Дюринг Е.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 8.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Проанализируйте информацию о принципах современной науки. О каком принципе современной науки говорит К. Поппер?

«Я не требую, чтобы любая научная система была способна быть раз и навсегда выделенной в положительном смысле; я требую, чтобы она была способна быть выделенной в отрицательном смысле: чтобы можно было опровергнуть такую научную систему опытом.»

«Научные теории – это не истины, а догадки, которые мы пока не смогли опровергнуть.»

А. Верификация.
Б. Фальсификация.
В. Преемственность.
Г. Кумулятивизм.
Д. Редукционизм.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 9.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Работа с информацией в научной работе имеет особое значение. Наука – это явление конкретно-историческое, проходящее в своём развитии ряд качественно-своеобразных этапов. История науки – это нелинейный процесс с множеством переплетений и возвращений к старым идеям, но в целом можно выделить несколько основных этапов, каждый из которых вносил свой вклад в формирование современного научного знания. Установите последовательность стадий развития науки. Запишите соответствующую последовательность в хронологическом порядке:

1. Классическая наука – формирование фундаментальных законов, монотеоретизм, объективизм научного знания.
2. Становление науки – появление первых систематизированных знаний, основанных на наблюдении и опыте, формирование научного метода.
3. Постнеклассическая наука – преобладание теоретических исследований, развитие междисциплинарности, математизация науки, синергетика.

4. Донаучная стадия –мифологическое и религиозное мировоззрение, зарождение основных форм научно-познавательной деятельности.

5. Неклассическая наука – расширение области исследований, дифференциация научного знания, политеоретизм, относительность и вероятностность знания, субъективизм.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 10.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Способность анализировать, обобщать и систематизировать информацию с позиции философского мировоззрения и научной методологии является важным навыком специалиста. Прочитайте высказывания:

«Беспорядок – это не отсутствие порядка. Это другой порядок, возможно, даже более сложный и более высокий.»

«Флуктуации – это «семена» нового порядка.»

«Порядок может возникать из хаоса, и это не противоречит законам физики, а наоборот, является их следствием.»

«В сложных системах нелинейности играют решающую роль. Малые изменения могут приводить к большим и непредсказуемым последствиям.»

«Случайность и неопределенность – это не препятствия на пути к познанию, а неотъемлемая часть реальности, которую необходимо учитывать.»

«Эволюция – это процесс самоорганизации, который ведет к созданию все более сложных и разнообразных форм.»

Задание:

1. Определите о какой теории идет речь в данных высказываниях. Дайте ее определение, укажите время возникновения, основоположников и общую характеристику данного учения.

Ответ:

Задание 11.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Структурные элементы исследования служат основой для проведения критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода для устранения рисков функционирования предприятия. Они помогают структурировать исследование, фокусироваться на важных аспектах и находить наиболее эффективные пути решения проблем.

Задание:

1. Определите структурные элементы научного исследования, которые необходимы для проведения критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода.

2. Опишите данные элементы.

Ответ:

Задание 12.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Предприятие выстраивает стратегии развития с учетом факторов внешней и внутренней среды.

Выберите два наиболее подходящих вида стратегий для преодоления рисков в бизнесе. Обоснуйте свой выбор.

А. Стратегия уклонения.
Б. Стратегия снижения.
В. Стратегия передачи.
Г. Стратегия принятия.
Д. Стратегия диверсификации.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 13.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

На крупном производственном предприятии, специализирующемся на выпуске электронной техники, возникла проблемная ситуация. В последние месяцы наблюдается значительный рост количества дефектных изделий, что привело к увеличению затрат на их доработку и снижению удовлетворенности клиентов. Руководство предприятия поручило специалисту по качеству провести анализ ситуации и разработать эффективное решение для снижения уровня дефектов и улучшения общего качества продукции.

Задание:

1.Опишите этапы критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и их последовательность.

2.Объясните важность каждого этапа и как они взаимосвязаны для эффективного решения проблем.

Ответ:

Задание 14.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В крупной компании, специализирующейся на производстве и продаже бытовой техники, возникла проблема с низкой удовлетворенностью клиентов из-за длительных сроков доставки заказов. Руководство компании поручило

исследователю провести критический анализ этой проблемной ситуации и разработать эффективное решение на основе системного подхода.

Задание:

1. Разработайте замысел исследования, который поможет выявить коренные причины проблемы и предложить эффективные решения: цель, предмет, объект и задачи исследования.

2. Используя системный подход, проанализируйте проблему низкой удовлетворенности клиентов из-за длительных сроков доставки.

Ответ:

Задание 15.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

В компании, занимающейся консалтинговой деятельностью возникла необходимость разработки стратегии устранения рисков.

Выберите два наиболее важных элемента, которые предполагает процесс разработки стратегии действий, направленной на устранение рисков. Обоснуйте свой выбор.

А. Анализ рисков.
Б. Оценка ресурсов.
В. Разработка альтернативных сценариев.
Г. Мониторинг и корректировка.
Д. Создание резервного плана.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 16.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающий выбор.

Находясь на должности менеджера крупной кампании, вы получили задание от руководства на проведение стратегического анализа для оценки позиции компании на рынке и разработки эффективной стратегии.

Выберите два наиболее важных элемента, которые необходимо учитывать при проведении стратегического анализа для оценки позиции компании на рынке и разработки эффективной стратегии. Обоснуйте свой выбор.

А. Анализ конкурентов.
Б. Оценка финансовых показателей.
В. Внутренний анализ ресурсов и возможностей.
Г. Анализ рыночных тенденций и потребностей.
Д. Оценка рисков и неопределенностей.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 17.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Техно-Сервис» специализируется на предоставлении услуг по ремонту и обслуживанию электронной техники. В последнее время компания столкнулась с проблемой снижения спроса на свои услуги. Руководство компании хочет провести стратегический анализ для разработки эффективной стратегии, которая поможет увеличить спрос и улучшить конкурентоспособность.

Задание:

1. Определите метод анализа, который поможет восполнить недостающую информацию для системного подхода к решению задачи и разработке стратегии для компании «Техно-Сервис».

2. Опишите данный метод.

3. Обоснуйте свой выбор, описав возможные сценарии.

Ответ:

Задание 18.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В процессе стратегического анализа вы столкнулись с недостаточностью данных для оценки конкурентной позиции вашей компании. У вас есть информация по части ключевых показателей, но не хватает данных о внешних угрозах и потребностях клиентов.

Задание:

1. Как вы будете использовать системный подход для восполнения недостающей информации и обеспечения полноценного анализа?

2. Какие шаги предпринимать, чтобы провести синтез имеющихся и недостающих данных?

Ответ:

Задание 19.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Разработка альтернативных стратегий действий требует тщательного и структурированного подхода. Критический анализ и системный подход позволяют оценить сложные взаимосвязи между различными компонентами системы и выявить наиболее эффективные решения. Для достижения успеха важно соблюдать логическую последовательность действий.

Задание:

1. Опишите действия в логической последовательности при разработке альтернативных стратегий развития предприятия.

Ответ:

Задание 20.

Прочитайте текст задания и запишите развёрнутый обоснованный ответ.

Ваша компания столкнулась с падением рыночной доли на фоне новых конкурентных игроков и изменяющихся потребностей клиентов. Существующая стратегия стала менее эффективной, и требуется разработать несколько альтернативных стратегий для восстановления позиций на рынке.

Задание:

1. Опишите методы, которые вы будете использовать при разработке альтернативных стратегий с использованием критического анализа и системного подхода?

2. Опишите альтернативные стратегии для данной компании.

3. Опишите этапы, которые вы пройдете при разработке каждой стратегии.

Ответ:

Задание 21.

Прочитайте текст и установите последовательность.

При управлении изменениями на основе проектного подхода применяют адаптивные системы. Адаптивная система позволяет реализовать адаптивное управление, т.е. управление, предполагающее направленность организационно-управленческой деятельности на создание управляющих подсистем, способных в результате адаптации и (само)обучения самостоятельно выстраивать собственные алгоритмы и механизмы функционирования и развития.

Расположите в правильной последовательности по степени возрастания адаптации различные типы адаптивных систем управления изменениями.

1. Саморазвивающаяся система.
2. Самонастраивающаяся система.
3. Самообучающаяся система.
4. Саморегулирующаяся система.
5. Самоорганизующаяся система.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 22.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Инновации и технологии» создала новую команду для разработки инновационного программного продукта. Команда состоит из специалистов с разными навыками и опытом. Лидер команды хочет понять, как проходит процесс командообразования и как он может помочь команде достичь максимальной продуктивности.

Задание:

1.Опишите модель развития команды по Такману и ее основные стадии.

2.Как лидер может использовать понимание этих стадий для улучшения работы команды?

3.Опишите проблемы, которые могут возникнуть на каждой стадии, и как их можно решить.

Ответ:

Задание 23.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Компания «Бервер» решила внедрить новую систему управления проектами для повышения эффективности и гибкости. Однако, в процессе внедрения возникли непредвиденные проблемы с интеграцией новой системы с существующими процессами. Руководство компании хочет использовать адаптивную систему для управления изменениями и обеспечить успешную реализацию проекта.

Выберите два наиболее важных элемента адаптивной системы, которые помогут компании «Бервер» успешно управлять изменениями и обоснуйте свой выбор.

А. Гибкость в планировании.
Б. Постоянный мониторинг и корректировка.
В. Вовлечение сотрудников в процесс изменений.
Г. Использование инновационных технологий.
Д. Фокус на устранении рисков

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 24.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Согласно И. Нонака и Х. Такеучи, существуют четыре способа трансформации формализованного и неформализованного знания в организации, с целью подготовки элементов программы управления изменениями.

Соотнесите способы трансформации формализованного и неформализованного знания в организации с их содержательными смыслами. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:

Способы трансформации		Содержательный смысл	
А	Социализация	1	Процесс оформления неформализованного знания в формализованные концепции.
Б	Экстернализация	2	Процесс включения концепций в систему знания.
В	Комбинация	3	Процесс воплощения формализованного знания в неформализованное.
Г	Интернализация	4	Процесс распространения знания и создания знания неформализованного.
		5	Процесс выведения формализованного и неформализованного

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 25.

Прочитайте текст и установите соответствие

В современных организациях изменения являются неотъемлемой частью стратегического развития и адаптации к меняющимся рыночным условиям. Для успешной реализации изменений необходимо использовать эффективные методы преодоления сопротивления, которые помогут минимизировать негативные реакции и повысить поддержку сотрудников.

Соотнесите методы преодоления сопротивления изменениям с ситуациями, при которых их целесообразно использовать. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:

Методы преодоления		Ситуации сопротивления изменениям	
А	Информирование и общение.	1	Применяется, когда люди сопротивляются изменениям из-за боязни проблем адаптации к новым условиям.
Б	Участие и вовлечённость.	2	Применяется, когда другие тактики не срабатывают или являются слишком дорогостоящими.
В	Переговоры и соглашения.	3	Подходит для внедрения уже согласованных и определённых изменений. Используется при недостаточном объёме информации или неточной информации в анализе.
Г	Явное и неявное принуждение.	4	Используется, когда отдельный служащий или группа явно теряют что-либо при осуществлении изменений.
Д	Помощь и поддержка.	5	Используется, когда необходимо быстрое осуществление изменений и когда инициаторы изменений обладают значительной силой.
		6	Подходит для разработки и подготовки будущих изменений. Используется, когда инициаторы изменения не обладают всей информацией,

			необходимой для планирования изменения, и когда другие имеют значительные силы для сопротивления.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 26.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Последние десять-пятнадцать лет компании всего мира оказались перед необходимостью радикальных перемен в стратегии, структуре и процессах управления, чтобы приспособиться к новым требованиям конкуренции. Стратегия должна гарантировать существование или создание условий, при которых компания будет обладать наивысшими шансами добиться успеха в зависимости от выбранной стратегии используются различные подходы и способы, с помощью которых могут быть реализованы стратегии изменений. Выяснение общего отношения к изменению, частое использование внешних агентов, характерно для одной из стратегий реализации изменений относится к следующей стратегии:

А. Директивная стратегия
Б. Переговорная стратегия
В. Нормативная стратегия
Г. Аналитическая стратегия
Д. Унифицированная стратегия

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 27.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Сферы использования политики изменений чрезвычайно разнообразны. Определите, к какой из политик изменений при управлении организаций относятся данные характеристики: сфера использования и целевые характеристики заключаются в достижении интегративного консенсусного состояния общества, состоящего из разнородных групп, слоёв, классов, в котором достигается точка политического баланса; некоторые условия использования этого вида политики предполагают определённость формулировок, трансформацию в более частные и конкретные цели, учёт ресурсных ограничений и рисков; при определении целей и задач нужно исходить из возможности достижения целей и решения задач в установленные сроки с учётом ресурсных ограничений и рисков; документы стратегического планирования подлежат официальному

опубликованию, за исключением тех, в которых содержится информация, относящаяся к государственной, коммерческой:

А. Политика переговоров.
Б. Политика достижения общих целей.
В. Аналитическая политика.
Г. Политика проб и ошибок.
Д. Политика диверсификации.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 28.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В организации имеется генеральный директор, в подчинении которого находятся руководители проектов по основной деятельности и руководители функциональных подразделений. Руководители проектов набирают из числа сотрудников функциональных подразделений коллектив для выполнения проекта. Сотрудники функциональных подразделений могут перейти на время выполнения проекта в полное подчинение руководителю проекта, а могут иметь двойное подчинение: по проекту (сроки, режим работы) - руководителю проекта, по выполнению функции (технология, качество) - руководителю функционального подразделения.

Задание:

1. Опишите какой тип организационной структуры предприятий для внедрения изменений охарактеризован.
2. Дайте характеристику данному типу.

Ответ:

Задание 29.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В организации имеется генеральный директор, в подчинении которого находятся руководители проектов по основной деятельности. Руководитель проекта набирает необходимых для работы специалистов на время выполнения проекта. После того, как проект закончен, руководители проекта распускают коллектив и формируют новые временные коллективы для выполнения других проектов.

Задание:

1. Опишите какой тип организационной структуры предприятий для внедрения изменений охарактеризован
2. Дайте характеристику данному типу.

Ответ:

Задание 30.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Большая, динамичная, быстро развивающаяся, любящая все новое российская компания всегда ценила обучение. В этой компании всё любили делать сами, искать таланты внутри, растить своих сотрудников на все, даже самые сложные позиции, сами проводили обучение. Правда семинары больше походили на шоу, которые отлично мотивировали персонал, но вряд ли давали конкретные навыки.

Заказав обучение внешней тренинговой компании, руководители увидели интересный эффект и решили повторить сами. У них получилось как всегда ярко, интересно и мотивирующе, но навыков не было. Руководители были не только люди прогрессивные и смелые, но и разумные. Поэтому они переключились на четкую формулировку задач внутреннего обучения, а саму разработку и обучение внутренних тренеров поручили профессионалам. Теперь у них свой замечательный Учебный центр, известный их клиентам и партнерам, а постановку новых модулей и проведение эксклюзивных тренингов они заказывают.

Задание:

1. Данная организация является ли самообучающейся и каковы признаки, характерные для самообучающейся организации.

Ответ:

Задание 31.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Levi Strauss – крупнейший в мире производитель джинсовой одежды. Однако в начале 90-х гг. руководство компании поставило перед собой задачу – создать высоко моральную культуру, поддерживать этику взаимоотношений, тем самым, превратив Levi Strauss в образец высокого качества трудовой жизни. Предполагалось:

– открытость: менеджеры должны проявлять интерес к работникам, отмечать их успехи, подчеркивать их вклад в достижение результатов работы компании;

– независимость: на всех уровнях управления организацией приветствуются независимые суждения, конструктивная критика;

– этика: менеджеры должны четко и открыто формулировать свои требования, подавать примеры этики бизнеса и взаимоотношений внутри и за пределами компании;

– делегирование: менеджеры должны делегировать полномочия более низким уровням управления, тем, кто непосредственно производит продукцию и контактирует с покупателями и клиентами;

– внешние связи: Levi Strauss откажется от сотрудничества с партнерами, действия которых противоречат стандартам этики компании;

– оценка персонала: до 30% премий приходится на работников, соблюдающих стандарты. Работник, который добился высоких производственных результатов, но недостаточно хорошо проявил себя с точки зрения этических норм и стандартов компании, может не получить премию.

Этические стандарты Levi Strauss многие ставили под сомнение, считая, что они не способствуют повышению эффективности работы компании, объясняя этим ее неудачи на рынке. Однако президент компании считал, что проблемы компании обусловлены внешними факторами и обстоятельствами, и, если бы не приверженность персонала этим этическим нормам, компания переживала бы гораздо большие трудности.

Задание:

1. На основе изученных теоретических концепций можно ли утверждать, что данная организационная культура компании Levi Strauss является сильной? Обоснуйте ответ.

Ответ:

Задание 32.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

На процесс изменений в организации влияют различные факторы, которые взаимодействуют между собой. Понимание этих взаимосвязей позволяет эффективно управлять сопротивлением и продвигать изменения в любой организации

Задание:

1. Свяжите нижеприведенные понятия во взаимосвязанные пары и объясните эту взаимосвязь:

причины сопротивления;
эгоистический интерес;
неправильное понимание целей;
личные барьеры;
организационные барьеры;
потребность в гарантиях;
угроза статусу-кво;
не вовлеченность;
прошлый отрицательный опыт;
инертность организационной структуры;
сопротивление;
кооптация;
манипуляция;
анализ поля сил.

Ответ:

Задание 33.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Инновации Технологий» решила внедрить новую систему управления проектами, которая должна повысить эффективность и прозрачность работы. Однако, как только было объявлено о начале внедрения, часть сотрудников начала сопротивляться изменениям.

Задание:

1. На основе изученных концепций управления сопротивлением изменениям дайте характеристику причин и последствий указанных сдерживающих сил изменений в данной компании:

1. Эгоистический интерес.

2. Нарушение привычек, традиций и ценностей.

Ответ:

Задание 34.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Завод Chemspec («Химикаты») - часть крупной организации “Speciality Chemicals”, производящей и продающей широкий ассортимент химической продукции по всему миру, и имеющий соответствующие заводы во многих странах.

Персонал Chemspec составляет около 400 человек, тогда как в материнской организации работает около 3500 человек. В числе 400 человек, работающих в Chemspec, значительная доля высококвалифицированных специалистов и большое количество работников физического труда, являющихся членами профсоюза. В последние годы был осуществлен лишь незначительный найм персонала, но не проводилось никаких мероприятий по развитию персонала или по увольнению.

Недавно руководство организации “Speciality Chemicals” приняло решение усилить координацию действий своих зарубежных филиалов (провести глобальную интеграцию) и организовать обмен техническим и управленческим опытом. Поставлены цели развития связей и повышения уровня вовлеченности для поощрения творчества и более целостного подхода к организационному развитию.

Задание:

1. Приведите доводы в пользу применения в данной ситуации мероприятий по развитию человеческих ресурсов для успешного проведения изменения.

Ответ:

Задание 35.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Система управления запасами (JIT – Just-in-Time) («Точно-вовремя») призвана обеспечивать поставки материалов в компанию именно в то время, когда они необходимы, для выполнения производственных операций.

Анализ, проведенный в одной из промышленных компаний в США**,** показал, что движущими силами внедрения системы JIT были:

1) существенное сокращение затрат, вызванное уменьшением материально-технических запасов;

2) возможность уменьшения численности персонала, обслуживающего запасы;

3) повышение скорости реакции на требования рынка.

Силами, ограничивающими внедрение новой системы, оказались:

1) система фрахта, не способная обеспечить своевременную поста*вку* грузов;

2) производственные мощности, не приспособлены к новой системе;

3) квалификация рабочих, не соответствующая требованиям, предъявляемым системой JIT;

4) противодействие профсоюзов сокращению числа рабочих мест.

В результате побуждающих сил оказалось недостаточно для преодоления действия ограничивающих сил для перехода от традиционной системы управления к системе «Точно-вовремя».

Задание:

1. Разработайте мероприятия по преодолению сопротивления изменениям, связанным с переходом к новой системе управления запасами на предприятии.

2. Опишите конкретные необходимые действия с учетом ограничивающих сил.

Ответ:

Задание 36.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Техно-Инновации» решила разработать новый программный продукт для управления проектами. Проект должен быть завершен в течение шести месяцев и требует координации работы нескольких команд: разработчиков, дизайнеров и тестировщиков.

Задание:

1. Определите инструменты управления ресурсами проекта.

2. Определите методы управления ресурсами проекта.

3. Дайте описание и характеристику инструментам и методам управления ресурсами проекта.

Ответ:

Задание 37.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Компания «Технологические Инновации» решила разработать новый программный продукт для управления проектами. Проект должен быть

завершен в течение 1 года и требует координации работы нескольких команд: разработчиков, дизайнеров и тестировщиков. Руководство компании хочет использовать эффективные способы управления проектами для обеспечения успешной реализации проекта.

Выберите два наиболее подходящих способа управления проектами, которые помогут компании «Технологические Инновации» успешно завершить проект, и обоснуйте свой выбор.

А. Агил (Agile).
Б. Водопад (Waterfall).
В. Гибридный подход.
Г. Канбан.
Д. Lean.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 38.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Компания «Логистик» решила оптимизировать процесс разработки программного обеспечения для повышения эффективности и качества продукции. Руководство компании ищет методологию, которая позволит визуализировать рабочие процессы и ограничить незавершенную работу, чтобы команда могла сосредоточиться на приоритетных задачах и быстро реагировать на изменения.

Выберите два наиболее подходящих методологии, которые помогут компании «Логистик» визуализировать рабочие процессы и ограничить незавершенную работу, и обоснуйте свой выбор.

А. Канбан.
Б. Lean.
В. Агил (Agile).
Г. Scrum
Д. XP (Extreme Programming).

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 39.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Технологические Инновации» решила провести международную конференцию по теме «Будущее ИТ-технологий». Конференция должна состояться через три месяца и ожидается участие более

500 гостей из разных стран. Задача — организовать все необходимые мероприятия для успешного проведения конференции.

Задачи:

1.Выбор места проведения: найти подходящее место, которое может вместить всех гостей и обеспечить необходимое оборудование.

2.Приглашение спикеров: выбрать и пригласить известных экспертов в области ИТ-технологий.

3.Маркетинг и продвижение: разработать и реализовать план по продвижению конференции для привлечения максимального количества участников.

4.Логистика и организация: обеспечить все необходимые условия для комфортного пребывания гостей, включая проживание и питание.

5.Бюджетирование и контроль затрат: управлять бюджетом конференции и контролировать расходы.

Задание:

1. Обозначьте ключевые этапы, которые необходимо пройти для успешной организации конференции.

2. Опишите инструменты и методы управления проектами, которые можно использовать для координации работы команды и контроля прогресса.

3. Опишите как обеспечить эффективное бюджетирование и контроль затрат.

Ответ:

Задание 40.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

У компании есть проект по разработке программного обеспечения для автоматизации бухгалтерского учёта. Проект планируют осуществить за 6 месяцев. Команда, которой предстоит реализовать данный проект состоит из 5 человек: 2 программиста, 1 аналитик, 1 тестировщик и 1 менеджер проекта. Бюджет проекта составляет 1 200 тыс. руб.

Средняя заработная плата программиста составляет 70 тыс.руб.; аналитика 60 тыс. руб.; тестировщика 50 тыс.руб.; менеджера проекта 80 тыс.руб.; стоимость компьютера для каждого члена команды: 40 тыс. руб.; лицензии на программное обеспечение: 150 тыс.руб.

Задание:

На основании представленных ниже условий, выберите один верный вариант ответа и обоснуйте его, представив решение задачи по оценке ресурсов в процессе управления проектами.

Оцените необходимые ресурсы для реализации представленного проекта и соответствие их бюджету:

А. общая стоимость ресурсов проекта составляет 1 980 тыс. руб., следовательно, необходимо пересмотреть либо бюджет, либо состав ресурсов;

Б. общая стоимость ресурсов проекта составляет 350 тыс. руб., следовательно, бюджет проекта будет вполне достаточен для его реализации;

В. общая стоимость ресурсов проекта составляет 2 330 тыс. руб., следовательно, необходимо пересмотреть либо бюджет, либо состав ресурсов;

Г. общая стоимость ресурсов проекта равна бюджету, следовательно, проект может быть реализован с данным составом ресурсов.

Ответ:

Задание 41.

Прочитайте текст и установите соответствие.

В современных организациях эффективное взаимодействие в команде является ключевым фактором успеха проектов и достижения целей. Командная работа позволяет объединить разнообразные навыки и опыт, что приводит к более инновационным и качественным решениям. Общение – сложный, многогранный, многоаспектный процесс взаимодействия людей.

Соотнесите следующие аспекты общения с их сущностной составляющей. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:

Название понятия, аспекта или процесса		Описание понятия, аспекта или процесса	
А	Информационно-коммуникативный	1	Процесс общения рассматривается в качестве обмена деятельностью, способностями, умениями и навыками
Б	Интеракционный	2	Общение как процесс обмена ценностями
В	Нормативный	3	Общение как вид личностной коммуникации, в процессе которой осуществляется обмен информацией
Г	Социально-практический	4	Общение как процесс нормативного регулирования поведения индивидов, а также процесс передачи и закрепления норм в обыденном сознании, реального функционирования стереотипов поведения
Д	Аксиологический	5	Общение анализируется как взаимодействие индивидов в процессе коммуникации
		6	Общение как процесс обмена информацией для получения данных о поведении других

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 42.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Команда менеджеров по персоналу изучает социальные мотивы, которые стимулируют сотрудников к совместной деятельности и взаимодействию внутри команды. Для этого необходимо понять основные виды социальных мотивов и их сущностную составляющую.

Выберите два верных утверждения из приведенных ниже, которые наиболее точно отражают виды социальных мотивов взаимодействия и их сущностную составляющую. Обоснуйте свой выбор.

А. Мотивация признания — основана на желании получить социальное одобрение и признание от коллег.

Б. Мотивация достижения — связана с личными целями и стремлением к профессиональному росту.

В. Мотивация принадлежности — основана на желании быть частью команды и чувствовать себя связанным с ней.

Г. Мотивация власти — стимулирует сотрудников к участию в командной работе для влияния на принятие решений.

Д. Мотивация безопасности — связана с желанием стабильности и защиты в рабочей среде.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 43.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Общение – это сложное полифункциональное явления, в основе которого лежит обмен деятельностью и ее результатами, а также информацией, опытом, умениями и навыками, необходимыми для конструктивного взаимодействия в команде.

В процедуре общения выделяют определенные этапы. Запишите номера этапов в порядке их выполнения:

1. Корректировка направления, стиля, методов общения.
2. Потребность в общении (необходимо сообщить или узнать информацию, повлиять на собеседников и т.п.), которая побуждает человека вступить в контакт с другими людьми.
3. Ориентирование в личности собеседника.
4. Восприятие и оценка ответной реакции партнера по общению, установление обратной связи.
5. Ориентирование в целях и ситуации общения.
6. Планирование содержания общения.
7. Выбор конкретных средств общения.

Запишите соответствующую последовательность букв слева направо:

Задание 44.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Стиль управления или руководства – важнейший фактор в менеджменте, ибо правильно определенный и умело применяемый стиль способствует успешному использованию потенциала сотрудников.

Определите, о каком стиле управления идет речь: «Умение координировать и направлять деятельность коллектива, предоставлять самостоятельность наиболее способным членам группы, всемерно развивать инициативу и новые методы работы, убеждать и оказывать моральную поддержку, быть справедливым, учитывать социально-психологические особенности коллектива, адекватно воспринимать критику, предупреждать конфликты».

Запишите выбранный ответ и аргументы, его обосновывающие.

А. Либеральный.
Б. Авторитарный.
В. Демократический.
Г. Смешанный.
Д. Тоталитарный.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 45.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Бум-техно» решила оптимизировать процесс взаимодействия внутри своих команд для повышения эффективности проектов и улучшения общей производительности. Для этого необходимо разработать и внедрить стратегии, которые будут способствовать улучшению коммуникации, повышению мотивации и снижению конфликтов внутри команды.

Задание:

1. Выберите, какая из трех стратегий воздействия (императивная, манипулятивная, развивающая) будет наиболее эффективной в экстремальных условиях, угрожающих жизни и здоровью подчиненных.

2.Запишите аргументы, обосновывающие Ваш выбор.

Ответ:

Задание 46.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь руководителем отдела в компании. Недавно вы заметили, что общение между сотрудниками вашего отдела стало менее эффективным.

Коллеги часто вступают в споры, недопонимания и эмоциональные дискуссии, что негативно сказывается на рабочих процессах. Вы решили разобраться в причинах такого поведения, используя концепцию транзактного анализа Эрика Берна, согласно которой каждая коммуникация между людьми представляет собой транзакцию, в ходе которой оба участника находятся в одном из трёх состояний: «Родитель», «Взрослый» или «Ребёнок». Вам нужно проанализировать несколько примеров общения и предложить пути улучшения взаимодействия.

Задание:

1. Приведите пример транзакции между двумя коллегами, когда один из них находится в состоянии «Родителя», а другой — в состоянии «Ребёнка». Объясните, почему такое взаимодействие неэффективно.

2. Опишите, как выглядит эффективная транзакция между двумя участниками, находящимися в состоянии «Взрослого». Почему такая форма общения считается оптимальной?

3. Предложите стратегию для повышения осознанности сотрудников относительно их состояния «Я» во время общения. Какие шаги можно предпринять для снижения частоты неэффективных транзакций типа «Родитель-Ребенок»?

Ответ:

Задание 47.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте себя участником небольшой рабочей группы (например, проектная команда из 5-7 человек). Ваша задача — проанализировать основные социально-психологические феномены, влияющие на межличностное взаимодействие внутри этой группы. Необходимо описать, как эти феномены проявляются в реальной ситуации, какие последствия они могут иметь для эффективности работы команды и дать рекомендации по улучшению межличностного взаимодействия.

Задание:

1. Лидерство.

2. Групповая динамика.

3.Когнитивные искажения.

Ответ:

Задание 48.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

В рамках подготовки к тренингу по межличностной коммуникации, команда исследователей изучает влияние проксемики на общение. Они пришли к выводу, что расстояние между коммуникаторами может многое

сказать о характере их взаимодействия. В этом контексте выберите два верных утверждения из приведенных ниже, которые наиболее точно отражают принципы проксемики и обоснуйте свой выбор.

А. Проксемика не имеет значения в онлайн-коммуникации, так как отсутствует физическое расстояние.

Б. Близкое расстояние между собеседниками может указывать на высокий уровень доверия и эмоциональной связи.

В. Проксемика изучает только физические расстояния, игнорируя культурные и социальные аспекты общения.

Г. Разные культуры могут иметь разные нормы относительно личного пространства и расстояния в общении.

Д. Увеличение расстояния между собеседниками всегда указывает на конфликт или недовольство.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 49.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Элементарными параметрами любой группы являются: композиция группы (ее состав), структура группы, групповые процессы, групповые нормы и ценности, система санкций. Каждый их этих параметров может приобретать совершенно различное значение в зависимости от типа изучаемой группы.

Так, все групповые нормы представляют собой «установления, модели, эталоны должного, с точки зрения общества в целом и социальных групп и их членов, поведения». В более узком значении групповые нормы – это определенные правила, которые выработаны группой, приняты ею и которым должно подчиняться поведение ее членов, чтобы их совместная деятельность была возможна.

Задание:

1. Являются ли групповые нормы социальными нормами?
2. Поясните связаны ли групповые нормы с ценностями.
3. Опишите, каким образом складываются ценности группы.

Ответ:

Задание 50.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания столкнулась с проблемой конформизма внутри своей команды. Многие сотрудники склонны следовать устоявшимся практикам и избегают предлагать новые идеи или критику существующих подходов. Это привело к снижению инноваций и креативности в проектах.

Задание:

1. Опишите положительные аспекты конформизма.
2. Опишите отрицательные аспекты конформизма.
3. Опишите как преодолеть отрицательные аспекты конформизма.

Ответ:

Задание 51.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Для организации и руководства командой, при разработки командной стратегии и достижении поставленных целей, необходимо понимание экономического содержания фирмы, которое поможет принять оптимальное решение.

Соотнесите утверждения, связанные с экономическим содержанием, с соответствующими понятиями. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:

Экономическое содержание		Понятия	
А	Доход, полученный фирмой после вычитания всех издержек из общей выручки	1	Издержки производства
Б	Уровень эффективности использования ресурсов, выраженный отношением прибыли к затратам	2	Прибыль
В	Объем выпуска продукции, при котором разница между доходом и издержками максимальна	3	Оптимальный объем производства
Г	Затраты, связанные с производством товаров и услуг	4	Эффект масштаба
Д	Изменение средних издержек производства в зависимости от объема выпускаемой продукции	5	Рентабельность
		6	Оптимизация затрат
		7	Альтернативные издержки

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 52.

Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ.

Компания «МебельПро» — производитель мебели, столкнулась с замедлением темпов роста продаж и снижением лояльности клиентов. Руководство компании считает, что для успешного развития необходимо глубже понять потребности и поведение потребителей.

Проанализируйте поведение потребителей и предложите решения для проблем развития компании «МебельПро».

Задание:

1. Опишите как можно провести анализ потребителей для выявления их потребностей и предпочтений в отношении мебели.

2. Опишите проблемы развития предприятия, которые могут быть выявлены на основе анализа поведения потребителей.

3. Какие стратегии можно разработать для решения выявленных проблем и улучшения развития компании «МебельПро» на основе анализа потребителей?

Ответ:

Задание 53.

Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ.

Компания решила разработать командную стратегию управления организацией для повышения рентабельности инвестиций. Для этого необходимо проанализировать текущее состояние компании и разработать эффективные меры для улучшения финансовых показателей.

Опишите командную стратегию управления организацией, которая позволит повысить рентабельность инвестиций.

Задание:

1. Опишите ключевые факторы, которые следует учитывать при разработке командной стратегии для повышения рентабельности инвестиций.

2. Способы стимулирования команды к достижению финансовых целей и повышению рентабельности инвестиций.

3. Опишите как обеспечить постоянный мониторинг и корректировку стратегии для поддержания высоких финансовых результатов.

Ответ:

Задание 54.

Прочитайте текст задания и запишите развёрнутый обоснованный ответ.

Компания работает в условиях совершенной конкуренции и решила оптимизировать производство для повышения эффективности и снижения затрат. Для этого необходимо организовать работу команды так, чтобы она могла эффективно достигать поставленных целей.

Опишите, как можно организовать работу команды для достижения поставленной цели по оптимизации производства в условиях совершенной конкуренции. Ответьте на следующие вопросы:

1.Опишите, какие ключевые элементы командной организации следует учитывать при оптимизации производства.

2.Опишите как можно стимулировать команду к достижению целей и повышению производительности.

3. Как обеспечить постоянное улучшение и инновации в процессе оптимизации производства?

Ответ:

Задание 55.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Применение стратегий масштабирования создает уникальные возможности для улучшения цепочек поставок, укрепления бренда и повышения его узнаваемости среди потребителей. Успешное масштабирование требует глубокого анализа рынка и разработки комплексных стратегий, направленных на достижение долгосрочных целей.

Из нижеперечисленных определений эффекта масштаба в производстве выберите то, которое верно. Ответ обоснуйте.

А. Увеличение объема производства за счет увеличения количества рабочих мест.

Б. Сокращение издержек на единицу продукции при увеличении объемов производства.

В. Уменьшение времени производственного цикла за счет автоматизации.

Г. Рост производительности труда благодаря внедрению новых технологий.

Д. Увеличение затрат на производство единицы продукции при увеличении объемов выпуска, что ведет к росту общих издержек предприятия.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 56.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Инновации-ЛТД» решила расширить свой бизнес на глобальный рынок. Для этого необходимо разработать командную стратегию, которая позволит эффективно конкурировать в глобальной экономике и адаптироваться к разнообразным рыночным условиям.

Задание:

1.Опишите командную стратегию ведения бизнеса в глобальной экономике.

2.Объясните, как можно использовать командные подходы для решения проблем глобализации, адаптации к местным рынкам и повышения конкурентоспособности компании.

Ответ:

Задание 57.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Компания работает на рынке олигополии, где конкуренция между несколькими крупными игроками очень высока. Для того чтобы оставаться конкурентоспособной, необходимо разработать эффективную командную стратегию управления организацией.

Выберите два верных утверждения из приведенных ниже, которые наиболее точно отражают ключевые элементы командной стратегии управления организацией на рынке олигополии. Обоснуйте свой выбор.

А. Фокус на инновациях: постоянное развитие новых технологий и продуктов для поддержания конкурентного преимущества.

Б. Сотрудничество с конкурентами: временное сотрудничество с конкурентами для достижения общих целей и снижения затрат.

В. Концентрация на рыночной доле: основной фокус на увеличении рыночной доли за счет агрессивной маркетинговой и ценовой политики.

Г. Развитие внутренних компетенций: сосредоточение на развитии внутренних навыков и компетенций для повышения эффективности и производительности.

Д. Глобализация бизнеса: расширение бизнеса на новые географические рынки для диверсификации рисков и увеличения доходов.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 58.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Для разработки командной стратегии управления организацией, определите какие меры государственного регулирования направлены на защиту прав потребителей? Выберите несколько правильных вариантов и аргументируйте их.

А. Ужесточение требований к качеству продукции.

Б. Субсидирование производства товаров первой необходимости.

В. Создание независимых органов по защите прав потребителей.

Г. Либерализация рынка и снижение контроля со стороны государства.

Д. Введение обязательных стандартов безопасности продукции.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 59.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Предположим, что Вы являетесь менеджером производственной компании, которая производит электронные компоненты для автомобилей. В рамах трансформации своей маркетинговой деятельности на рынке,

компания решила провести анализ эффективности существующего спроса и предложения (выяснили, что функция спроса на электронные компоненты $Q_D = 280-P$, и функция предложения на этот же товар $Q_S = 160+2P$), а заодно рассмотреть изменения на рынке, если увеличить стоимость своей продукции.

Задание:

1. Вашей команде менеджеров необходимо определить равновесие на рынке данной продукции, найти равновесную цену и равновесный объем продаж.

2. Выявить ситуацию на рынке, если стоимость единицы электронного компонента увеличить на 20 руб. и сделайте вывод.

3. Сделайте вывод из расчетов.

Ответ:

Задание 60.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания производит броши. На каждую произведённую брошь требуется 75 руб. переменных затрат. Фабрика по производству брошей также несёт постоянные затраты в размере 100 тыс. руб. в месяц.

Задание:

1. Какова цена одной броши, если компания производит 500 брошей в месяц?

2. Если компания увеличит производство брошей на 500 шт. в месяц, какова будет цена одной броши и как скажется увеличение объема производства на предельных затратах?

Ответ:

Задание 61.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Разные жанры, как и разные формы, публичного выступления требуют разных приёмов подготовки. Но есть принципы публичного выступления, которые нужно учитывать при подготовке и осуществлении практически любого выступления, в любом жанре. Это общие требования к публичной речи.

Установите соответствие между требованиями к публичному выступлению и их толкованиями, что позволит продемонстрировать ваше знание общих правил публичной речи.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Требования к публичному выступлению		Толкования	
А	Решительное начало	1	Оратору не следует всё время говорить самому, он должен задавать вопросы аудитории,

			выслушивать её ответы, реагировать на поведение аудитории.
Б	Драматизм	2	Выступающий должен смотреть на аудиторию, следить за её реакцией, вносить изменения в своё выступление в зависимости от реакции аудитории, демонстрировать приветливость, дружелюбие, готовность ответить на вопросы, вести с аудиторией диалог.
В	Диалогичность	3	Выступление должно носить характер непринуждённой беседы, что существенно повышает доверие к оратору, а значит – и к содержанию речи.
Г	Установление и поддержание контакта с аудиторией	4	Первая фраза выступления должна быть продумана, подготовлена заранее и хорошо выучена. Нельзя запинаться в самом начале выступления или задумываться над тем, с чего начать, – такого оратора аудитория сразу посчитает неуверенным, некомпетентным.
Д	Разговорность	5	Выступление должно быть напряжённым, что становится возможным при намеренном столкновении разных точек зрения, вступлении оратора в спор с каким-либо мнением, авторитетом или точкой зрения, при рассказе о каких-либо необычных происшествиях и т.п.
		6	Выступление должно быть построено в виде монолога для большей убедительности и существенности

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 62.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Очень полезно вести записи по темам, которые Вас интересуют и которые могут стать предметом публичного выступления. Записи на отдельных листочках – оптимальный способ подготовки. В верхней части листочка необходимо написать карандашом или цветной ручкой, к какой теме относится данная запись, так легко будет потом собрать вместе все записи на одну тему. Записи должны быть разного формата, размера – так тоже легче их различить и разложить по темам.

Внимательно прочитайте составляющие алгоритма подготовки конспекта. Расположите их в логической последовательности:

1. Отберите главное и вычеркните второстепенное. Оставьте между ними место и после того, как главные пункты будут записаны, впишите под каждым из них второстепенные, выделяя их из общего перечня.

2. Разбейте план на вступление, основную часть и заключение. Это необходимо сделать потому, что вступление и заключение должны быть наиболее подробно сформулированы. Вступительные фразы лучше записать полностью, заключительные – тоже.

3. Разрабатывая план основной части выступления, используйте нумерацию вопросов («сейчас переходим ко второму вопросу») либо задавайте вопросы типа «Что же является причиной того состояния дел, которое я только что обрисовал?»

4. Составьте перечень фактов, которые Вы считаете возможным отнести к данной теме. Такой перечень должен на первом этапе быть именно перечнем, без всякой классификации. Включите туда всё, что сможете вспомнить, даже то, что относится к теме косвенно – оно может понадобиться впоследствии.

5. Теперь посмотрите, чего Вам не хватает. Добавьте необходимое либо напишите название недостающего факта или раздела и пометьте любым знаком, что Вам нужно найти на эту тему материал. Удобно использовать в этом случае стрелку на полях, которая указывает на данный пункт, это означает, что необходимо сюда добавить, внести материал.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 63.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Открытый вопрос – это тот, на который трудно ответить коротко, он требует объяснения, заставляет ответчика поразмыслить о последствиях, прежде чем дать ответ. Открытый вопрос задаётся для того, чтобы получить дополнительные сведения или выяснить реальные мотивы и позицию собеседника (обширное высказывание).

Установите соответствие между разновидностями открытых вопросов и их характеристиками, что позволит продемонстрировать ваше знание техники формулирования таких вопросов.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Разновидности открытых вопросов		Характеристики	
А	Зеркальные вопросы	1	Управляют вниманием партнёра, позволяют вернуться к начальным этапам работы, а также удостовериться в правильном понимании точки зрения партнёра.
Б	Контрольные вопросы	2	Являются одним из способов самоутверждения, попыткой заслужить уважение собеседника, позволяют задающему подчеркнуть свою компетентность.
В	Вопросы, направленные на проверку компетенции	3	Отчасти повторяют высказывания собеседника, позволяя оптимизировать разговор, дать

			собеседнику возможность продумать изложенную информацию с другой стороны, дополнить её.
Г	Вопросы, направленные на демонстрацию собственных знаний	4	Позволяют оценить знания и опыт собеседника; обычно задаются с целью проверки, как справится с ним отвечающий.
Д	Провокационные вопросы	5	Используются для того, чтобы поймать собеседника на противоречии между тем, что он говорит сейчас, и тем, что сказал ранее.
		6	направлены на выявление проблем или трудностей, с которыми сталкивается собеседник

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 64.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «ЭкоТехнологии» планирует запустить новую линейку экологически чистых продуктов и хочет использовать персуазивную коммуникацию для привлечения внимания к своему бренду и увеличения продаж.

Ваша задача — разработать стратегию персуазивной коммуникации, которая поможет компании эффективно донести свои идеи до целевой аудитории.

Задание:

1. Опишите ключевые элементы персуазивной коммуникации, которые следует учитывать при разработке стратегии.

2. Опишите как можно адаптировать сообщение для разных сегментов целевой аудитории (молодые семьи, экосознательные потребители, активисты).

Ответ:

Задание 65.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы — руководитель отдела в компании и готовитесь к важному выступлению перед своей командой. Ваша цель — подвести итоги прошедшего квартала, обсудить достижения и обозначить цели на следующий период. Важно, чтобы ваше заключение было убедительным и вдохновляющим, чтобы мотивировать сотрудников к дальнейшей работе.

Задание:

1. Опишите ключевые элементы, которые должны быть включены в заключение вашего выступления.

2. Опишите как можно использовать эмоциональный апелл в

заключении, чтобы вдохновить команду.

Ответ:

Задание 66.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы — менеджер проекта в компании и работаете над важным проектом, который требует точной информации от вашей команды. Вам необходимо задать вопросы, которые помогут вам получить необходимую информацию, а также перехватить инициативу в обсуждении.

Задание:

1. Опишите какие типы вопросов следует задавать, чтобы получить точную информацию.

2. Обозначьте как можно сформулировать вопросы, чтобы они были субъективно значимыми для вас и вашей команды.

Ответ:

Задание 67.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы менеджер крупной компании, готовитесь к публичному выступлению.

Публичное выступление обязательно должно иметь продуманную структуру, последовательность частей для удобства как оратора, так и слушателей. Оратору удобно переходить от темы к теме, слушателям удобно воспринимать информацию, разбитую на части и предлагаемую им в определённой последовательности. Основная часть содержит изложение плана выступления и аргументацию тезиса.

Задание:

1. Назовите варианты подачи материала в основной части презентационной речи и кратко охарактеризуйте каждый из них.

Ответ:

Задание 68.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Как менеджер, представляющий компанию на конференции, вы готовите публичное выступление.

Первичное формулирование заголовка публичного выступления, как и любого другого бизнес-текста, очень важно. После того, как текст выступления будет полностью готов, заголовок можно скорректировать, но предварительная формулировка заголовка должна быть продумана на начальном этапе подготовки. Заголовок – это ответ на вопрос «О чём выступление?» Если сразу себе не ответить на него, речь получится весьма сумбурной.

Задание:

1. Назовите наиболее эффективные разновидности заголовков публичных бизнес-выступлений и кратко охарактеризуйте каждый из них.

Ответ:

Задание 69.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представляя свою компанию на важном мероприятии, вы готовитесь к ответам на вопросы.

Важной частью публичного выступления были и остаются ответы на вопросы аудитории. Эта часть может уничтожить все труды оратора, а может спасти не слишком удачное выступление. Ответы на вопросы должны добавить выступающему несколько баллов, а не отнять. Для этого следует знать основные принципы ответов на вопросы.

Задание:

1. Раскройте подробно суть принципа: «Ответы на вопросы – не экзамен».

Ответ:

Задание 70.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

В профессиональной и повседневной жизни часто возникает необходимость убеждать других людей в своей точке зрения, будь то коллеги, подчиненные или партнеры.

Убеждающая речь – это выступление, в котором говорящий ставит целью заставить аудиторию поверить в правильность его точки зрения, доказать или опровергнуть какие-либо положения, стремится объяснить сущность явлений и их взаимосвязь. Когда человек пытается в чём-то убедить другого человека или группу людей, он начинает аргументировать, т. е. приводить аргументы в поддержку некоторой идеи (тезиса).

Задание:

1. Назовите виды убеждающих выступлений и кратко охарактеризуйте их.

Ответ:

Задание 71.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

You are interviewing for a Management position at a multinational corporation.

Which of the following competencies is MOST crucial for a candidate seeking a Management role in a large, globally-oriented organization, given the increasing complexity of international business operations and the need for cross-functional collaboration?

А. Advanced proficiency in a niche technical skill (e.g., coding in Python).
Б. Demonstrated experience in managing small, localized teams.
В. Exceptional analytical and problem-solving abilities, combined with strong communication skills and a strategic mindset.
Г. Fluency in multiple languages.
Д. Extensive knowledge of local market regulations within a specific geographic region.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 72.

Прочитайте текст, выберите несколько правильных ответов и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

The multifaceted role of a manager is fraught with challenges stemming from diverse sources. One primary difficulty lies in effectively balancing competing stakeholder interests, as elucidated by Freeman's Stakeholder Theory, necessitating managers to reconcile the demands of shareholders, employees, customers, and the community. Furthermore, navigating organizational politics and power dynamics can impede decision-making processes and hinder strategic implementation.

Which of the following represents a significant challenge encountered by managers?

А. Unambiguous delegation of tasks.
Б. Streamlined communication channels.
В. Balancing competing stakeholder interests.
Г. Absence of organizational politics.
Д. Managing conflicting priorities and resources.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 73.

Прочитайте текст, выберите несколько правильных ответов и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

A resume is a concise marketing document showcasing your skills and experience for a specific job. Tailor it to each application, highlighting relevant achievements using action verbs. Quantify accomplishments whenever possible (e.g., "increased sales by 15%"). Keep it brief, error-free, and easy to read. A strong resume increases your chances of securing an interview.

Task:
Multiple Choice Test:
Which of the following are essential for an effective resume?

А. Extensive personal details (hobbies, family).
Б. Quantifiable achievements and results.
В. A lengthy, detailed description of each job.
Г. Action verbs to describe responsibilities.
Д. Error-free and professional formatting.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 74.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Managers are responsible for planning, organizing, leading, and controlling organizational resources to achieve strategic goals. This includes setting objectives, allocating resources, coordinating teams, and monitoring progress. They motivate and develop employees, fostering a productive work environment. Effective managers make informed decisions, manage conflict, and ensure compliance with regulations. Ultimately, their responsibility is to optimize efficiency and productivity, driving organizational success.

Task:
1. How do managers balance the competing demands of various organizational objectives?
2. What strategies can managers employ to foster a productive and motivated work environment?

Ответ:

Задание 75.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

A manager's career path is multifaceted, offering diverse specializations and opportunities for advancement. Early career stages often involve team leadership and project management, building foundational skills in communication, delegation, and performance evaluation. With experience, managers may specialize in areas like operations, human resources, or finance, gaining expertise and assuming greater responsibility. Senior management roles involve strategic planning, organizational leadership, and influencing company-wide decisions. Continuous professional development, including pursuing advanced certifications or degrees, is crucial for career progression. Lateral moves within an organization can broaden experience, while external opportunities offer new challenges and perspectives.

Task:

Questions:

1. What are some key skills that managers typically develop in their early career stages?

2. How can managers advance their careers beyond mid-level management positions?

3. What role does continuous professional development play in a manager's career progression?

Ответ:

Задание 76.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Marketing is the process of creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large. It involves a wide range of activities, including:

- Market research: Understanding customer needs and preferences
- Product development: Creating products and services that meet those needs
- Pricing: Setting prices that are both competitive and profitable
- Promotion: Communicating the value of products and services to target audiences
- Distribution: Ensuring that products and services are available to customers when and where they want them

Task:

Multiple Choice

Which of the following is NOT a component of the marketing mix?

А. Product.
Б. Price.
В. Packaging.
Г. Promotion.
Д. Place.

Ответ:

Обоснование выбора

Задание 77.

Прочитайте текст, выберите несколько правильных ответов и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

Marketing is the process of creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large. It involves a wide range of activities.

Effective marketing is essential for business growth. It helps businesses:

- Attract and retain customers
- Build brand awareness and loyalty
- Increase sales and revenue

- Differentiate themselves from competitors
- Adapt to changing market conditions

Task:

Multiple Choice

Which of the following are the most essential things for business grouth?

А. Customer loyalty.
Б. Profit increase.
В. Package change.
Г. Career promotion.
Д. Placement.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 78.

Прочитайте текст, выберите несколько правильных ответов и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

Digital marketing uses online channels to reach consumers. This includes search engine optimization (SEO), social media marketing, email marketing, and pay-per-click (PPC) advertising. Effective digital marketing requires data analysis to track campaign performance and optimize strategies. It allows for targeted advertising, personalized messaging, and measurable results, making it a powerful tool for businesses of all sizes.

Task:

Multiple Choice Test:

Which of the following are core components of digital marketing?

А. Traditional print advertising.
Б. Search Engine Optimization (SEO).
В. Social Media Marketing.
Г. Direct Mail Campaigns.
Д. Pay-Per-Click (PPC) Advertising.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 79.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

High technologies are revolutionizing management, enabling data-driven decision-making, automating processes, and improving efficiency. AI-powered tools analyze vast datasets for predictive insights, optimizing resource allocation and risk management. Cloud computing facilitates collaboration and data accessibility, while automation streamlines workflows, freeing up human resources

for strategic tasks. These technologies enhance productivity, agility, and competitiveness in modern organizations.

Task:

Questions:

1. How do high technologies improve decision-making in management?
2. What is a key benefit of cloud computing in management?
3. How does automation impact human resources in management?

Ответ:

Задание 80.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Modern management trends emphasize agility, employee empowerment, and data-driven decision-making. Organizations are adopting flatter hierarchies, fostering collaboration and open communication. Focus is shifting from rigid control to trust and autonomy, empowering employees to take ownership. Data analytics provide insights into performance, informing strategic adjustments and continuous improvement. These trends aim to create more adaptable, innovative, and employee-centric workplaces.

Task:

Questions:

1. What is a key characteristic of organizational structures in modern management?
2. How is employee empowerment reflected in modern management practices?
3. What role does data play in modern management decision-making?

Ответ:

Задание 81.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Ювелирное искусство на территории Древней Руси начало формироваться в период X-XII вв. В это время активно развивались торговые отношения и культурные связи с другими странами, что способствовало проникновению новых идей и стилей. Однако, несмотря на влияние иностранных культур, древнерусское ювелирное дело сохранило свою самобытность и уникальность.

Соотнесите техники, связанных с изготовлением ювелирных изделий на Руси в X-XII вв., с соответствующими характеристиками.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:

Название техники		Характеристика техники	
А	Скань	1	техника, основанная на создании узора из тонкой проволоки, которая затем соединяется с основой изделия

Б	Зернь	2	метод, при котором на поверхность изделия наносятся мельчайшие металлические шарики, формируя своеобразный орнамент или изображение
В	Филигрань	3	нанесение на поверхность изделия прозрачного или непрозрачного покрытия разных цветов, которое придает изделию особую яркость и выразительность
Г	Чернение	4	техника, при которой на основу из металла наносятся тонкие металлические нити, создавая таким образом сложный узор
Д	Эмаль	5	процесс нанесения на поверхность драгоценного металла различных рисунков и узоров с использованием специальных красок
		6	процесс, при котором расплавленный металл заливается в форму для получения нужной формы изделия

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 82.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Со второй половины XII в. в России начинается формирование самостоятельных архитектурных школ. Базовой моделью для строительства по-прежнему служила крестово-купольная конструкция, но конкретные воплощения ее варьировались в зависимости месторасположения того или иного русского княжества.

Соотнесите памятники архитектуры с соответствующим описанием регионального архитектурного стиля Руси. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:

Название памятника		Описание архитектурного стиля	
А	Церковь Федора Стратилата (1360-1361 гг.)	1	Псковский – строгость и благородство форм, суровость и аскетизм; неровные поверхности фасадов
Б	Успенский собор (1475-1479 гг.)	2	Владимиро-Суздальский – компактный кубовидный объем с одной главой и богатая скульптурная декорация
В	Церковь Покрова и Рождества Богородицы От Пролома (1399 г.)	3	Новгородский – небольшие одноглавые одноглавые четырехстолпные церкви
Г	Храм Покрова на Нерли (1158/1165 г.)	4	Московский – пирамидально-ярусный переход от основного объема к куполу и килевидные арочки-кокошники вокруг барабана главы
Д	Спасо-Преображенский	5	Переславль-Залесский- отличается простыми формами и строгими линиями, а также характерными для того времени куполами и фасадами из белого камня

		6	Юрьев-Подольская - известна своей сложной кирпичной кладкой и характерными для того времени декоративными элементам

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 83.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Открытие – это новое достижение, совершаемое в процессе научного познания природы и общества. Открытие устанавливает неизвестные ранее, реально существующие свойства и явления материального мира. Россия – родина многих известных ученых. Они не только совершили открытия в самых разных областях науки – от физики и до офтальмологии, – но также нашли практическое применение своим научным теориям. Их изобретениями пользуются люди во всем мире.

Расположите в правильной хронологической последовательности выдающиеся научные достижения в России XIX-XX вв. Для каждого достижения дано указание имени российского ученого:

1. Открыт Периодический закон химических элементов (Д.И. Менделеев).
2. Изобретение электрической связи без проводов – радио (А.С. Попов).
3. Открытие и обследование Антарктиды (Ф.Ф. Беллинсгаузен и М.П. Лазарев).
4. Появление топографической анатомии (Н.И. Пирогов)
5. Установлен закон линейного возрастания электрического сопротивления ряда металлов от напряжённости магнитного поля – «закон Капицы» (П.Л. Капица).

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 84.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Культура – это всё, что создано человеческим трудом: технические средства и духовные ценности, научные открытия, памятники литературы и письменности, политические теории, правовые и этические формы, произведения искусства и т. д.

В масштабе отдельного общества различают три формы культуры: элитарную, народную, массовую, а также ее разновидности – доминирующую, субкультуру и контркультуру. Признак отрицания

ценностей доминирующей культуры, оппозиционность и протест характерен для:

А.Мировой культуры.
Б. Народной культуры.
В. Контркультуры.
Г. Субкультуры.
Д. Элитарной культуры.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 85.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Икона преподобного Андрея Рублёва исполнена для Троицкого собора Троице-Сергиевой лавры, вероятнее всего, в 1422-1427 годах. В то время в каменном храме, который был сооружен преподобным Никоном Радонежским над гробом преподобного Сергия и расписан артелью мастеров во главе с Андреем Рублёвыми Даниилом, был создан иконостас. О том, что храмовая икона Троицкого собора была создана именно Рублёвым, сообщает «Сказание о святых иконописцах» XVII века. Сюжет иконы говорит о ветхозаветной истории, положившей начало одному из основных догматов православия.

Икона Андрея Рублёва стала образцом для многих поколений мастеров. На сегодняшний день икона находится на территории Троице-Сергиевской лавры в Сергиевом Посаде. Итак, в тексте идет речь об иконе:

А. Спас.
Б. Троица.
В. Богоматерь Владимирская.
Г. Апостол Павел.
Д. Архангел Михаил.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 86.

Прочитайте текст, выберите несколько правильных ответов и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

Общественно-революционный подъем 60-70-х гг. вызвал появление демократической живописи, основными принципами которой были «реализм и народность». В 1870 г. создается Товарищество передвижных художественных выставок (ТПХВ), объединившее более 100 художников, ставивших перед собой просветительские задачи.

Все живописные жанры, так или иначе, получили развитие в творчестве передвижников, живопись которых отличалась острой социальной направленностью и исключительно русской тематикой (например, «Лесные дали», «Русалки», «Крестный ход»). К числу художников-передвижников относят:

А. Шишкин И.И.
Б. Брюллов К.П.
В. Репин И.Е.
Г. Серов В.А.
Д. Крамской И.Н.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 87.

Прочитайте текст, выберите несколько правильных ответов и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

Традиционно культуру принято подразделять на материальную и духовную. Под материальной культурой понимают технику, производственный опыт, а также те материальные ценности, которые в своей совокупности составляют искусственную среду обитания человека. К духовной культуре обычно относят науку, искусство, религию, мораль, политику и право.

Говоря о духовной культуре, следует различать ее форму, которая материальна, и содержание, которое идеально. Форма характеризует то, в чем воплощены феномены данного вида культуры, а содержание — то, что они значат для личности и общества. Структурные элементы духовной культуры включают:

А. Ценности.
Б. Традиции.
В. Нормы.
Г. Артефакт.
Д. Коммуникация.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 88.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Понятие «Москва — третий Рим» является важной концепцией в русской истории и религиозной мысли, зародившейся в средние века и оказавшей значительное влияние на формирование национальной

идентичности и политики, как Московского государства, так и последующей Российской империи.

Задание:

1. Приведите три положения концепции «Москва – третий Рим», популярной в XVI в.

Ответ:

Задание 89.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В середине XIX в. в российском обществе сформировалось два направления его реформирования для дальнейшего развития страны – славянофильство и западничество. Эти направления имели между собой большие различия. Их представители озадачились поиском ответов на мучительные вопросы о месте России в мире, её «особом пути» и уникальности души русского народа. Славянофилы выступали за продвижение самобытности России, славянской православной идеи, а западники ориентировались в основном на Запад и предлагали во всем брать пример с него и на его опыте строить новое общество.

Задание:

1. Обозначьте три сходства в идеологии славянофилов и западников в первой половине XIX века.

Ответ:

Задание 90.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Русский романтизм – направление в российском искусстве, возникшее под влиянием немецкого и английского романтизма, однако имеющее ряд национальных особенностей: интерес к национальной самобытности и отечественной истории.

Если в Европе романтизм сформировался под влиянием Французской революции и её последствий, то в Российской Империи романтизм развивался на волне патриотического подъёма после победы в Отечественной войне 1812 года. Как и романтизм европейский, русский романтизм видел своей высшей целью обретение свободы духа, утверждение сильной и свободной личности. Однако в России он был рождён из бунтарских настроений и желания изменить ход истории.

Задание:

1. Используя знания по истории культуры России, назовите три крупных литературных произведения романтизма и их идейное содержание с указанием авторства, созданных в первой половине XIX в.

Ответ:

Задание 91.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Наиболее яркой, интересной, передовой областью культуры России в XIX в. становится литература. К началу столетия в России сформировалась читательская аудитория с развитым вкусом к серьезной литературе, выход в свет нового произведения воспринимался как событие. Писатель, поэт стали заметными фигурами в обществе. Осознание социальной миссии писателя способствовало установлению тесной связи литературы с передовой идеологией.

Соотнесите название произведения XIX в. с соответствующим для него идейным содержанием. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:

Название произведения		Идейное содержание произведения	
А	«Война и мир»	1	Идея конфликта поколений, разворачивающегося на фоне столкновения между переживающим кризис дворянским сословием и новой генерацией разночинцев, сделавших знаменем идейного самоутверждения отрицание («нигилизм»)
Б	«Отцы и дети»	2	Идея свободы, счастливого будущего, преодоление рабства через рост крестьянского самосознания
В	«Вишневый сад»	3	Идея единения путем изображения судьбы отдельного человека в контексте судьбы народа и его истории
Г	«Кому на Руси жить хорошо»	4	Идея отрицания дворянско-поместного прошлого и буржуазного настоящего русской жизни
Д	«Обломов»	5	Идея деградации провинциального дворянства не способного стремительно разрушать идеалы и ценности прошлого ради создания нового, ориентированного на европейские цели и авторитеты

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 92.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Стиль – сочетание художественных средств и приёмов в произведениях художника и/или художественного направления целой эпохи. Стиль создания картин в развитии русской живописи на протяжении веков наполнялся популярными направлениями классицизма, барокко, рококо, романтизм, реализм или авангард.

Расположите в правильной последовательности деятельность русских художников XVIII-XX вв. Для каждого художника приведена краткая характеристика его творчества:

1. В.Л. Боровиковский – живописец-сентименталист; автор парадных портретов русских монархов и государственных деятелей, а также мастер портретной миниатюры.

2. Ю.И. Пименов – художник в стиле социалистического реализма; индустриального пейзажа на примере столицы г. Москвы.

3.К.П. Брюллов – представитель русского классицизма; основная тематика работ – портретная и историческая живопись в рамках Античного мира.

4. В.В. Кандинский – русский авангардист в жанре абстрактного пейзажа.

5. И.Н. Никитин – художник эпохи барокко; основоположник светской живописи и камерного портрета.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 93.

Прочитайте текст и установите последовательность.

В Советском Союзе во второй половине XX в. было создано множество талантливых киноработ, вошедших в ряд блистательных шедевров мирового кинематографа – фильмы С.М. Эйзенштейна, Э.А. Рязанова, А.А. Тарковского, С.И. Параджанова, К. Г. Муратовой, которые стали культовыми для целых поколений советских людей. Кино стало инструментом, отражавшем перемены в обществе.

Расположите в правильной последовательности выход известных кинофильмов на советские экраны. Для каждой картины дано краткое описание сюжета:

1.*«Я шагаю по Москве».* Фильм Г. Данелия о монтажнике из Сибири Володе, прилетевшего в Москву, чтобы встретиться с автором, которому понравился его короткий рассказ.

2.*«Александр Невский»*. Историко-биографический фильм С.М. Эйзенштейна о подвиге великого русского полководца князя Александра Невского.

3.*«Летят журавли»*. Фильм М.М. Калатозова рассказывает о людях, в чьи судьбы безжалостно вторглась война, о верности и предательстве.

4.*«Зеркало»*. Картина А.А. Тарковского в жанре автобиографической драмы о поэте, боявшегося потерять близких людей.

5.*«Курьер».* Работа К.Г. Шахназарова о проблемах современной молодежи, пытающейся найти свое место в жизни.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 94.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

В XVI веке на Руси большую популярность получила литература, тематика произведений которой была разнообразной: работы могли быть посвящены государственной власти, церкви или в целом политике и общественной жизни.

Иерархия в отношениях между людьми и точное соблюдение определенных циклов в организации жизненных процессов – важная черта средневекового быта. Памятником патриархальной эпохи, регламентирующим личные отношения человека с близкими ему людьми, принято считать:

А. Домострой.
Б. Синопсис.
В. Вести-Куранты.
Г. Недоросль.
Д. Хождение за три моря.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 95.

Прочитайте текст, выберите несколько правильных ответов и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

К середине XVIII в. в российском обществе сформировалось мировоззрение, которое способствовало развитию классицизма в архитектуре России, в моде были идеи рационализма, возрос интерес к эпохе Античности.

Классицизм заимствовал у античной культуры не только философию, но и буквально использовал её изобретения. Поэтому важная черта стиля – это древнегреческие архитектурные ордеры. В ордерной системе существует три типа: дорический, ионический и коринфский. К основным элементам ордерной системы принято относить:

А. Антаблемент
Б. Капитель
В. Аркада
Г. Пилястра
Д. Колонна

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 96.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Александр Сергеевич Пушкин так характеризовал великое значение русского языка: «Как материал словесности язык славяно-русский имеет неоспоримое превосходство над всеми европейскими». На основе этого языка поэт создал национальный (общенародный) язык, который использовали великие русские писатели XIX в. и на который в значительной степени опираемся мы.

Обработанная часть общенародного языка, обладающая в большей или меньшей степени письменно закреплёнными нормами; охватывающая все проявления культуры, выражающихся в словесной форме, называется:

А. Литературный язык.
Б. Жаргоны.
В. Диалекты.
Г. Просторечия.
Д. Профессионализмы.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 97.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Раскол церкви в XVII в. повлиял на культурную жизнь. Симон Ушаков – единственный иконописец первых лиц государства, отразивший в своих произведениях важнейшие исторические и культурные процессы XVII столетия. В своем творчестве он стремился к более реальной подаче человеческого лица и фигуры.

Задание:

1. Назовите три основные новаторские черты в иконописной традиции Симона Ушакова.

Ответ:

Задание 98.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В духовном противостоянии с фашистским агрессором в годы Великой Отечественной войны 1941-1945 гг. культура сыграла свою особую роль. Писатель Н. Тихонов отмечал: «Стало ясно, что музы молчать не могут. Свидетели страшных дней заговорили на языке литературы и живописи, не дожидаясь будущих дней. Заговорили сегодня. Война, родина, любовь к свободе, месть врагу – вот что стало жить в прозе и стихе. Создали новый фронт – фронт искусства, который все ширится».

Задание:

1. Используя знания по истории культуры России, приведите три произведения с обозначением темы их содержания, повлиявших на моральный подъем населения в годы Великой Отечественной войны.

Ответ:

Задание 99.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В процессе межкультурного взаимодействия и преодоления барьеров, знания в области истории помогают в профессиональной деятельности.

Перестройка в духовной и культурной жизни советского общества в 1985-1991 гг. проводилась под лозунгом «гласность». Сам термин «гласность» впервые прозвучал в выступлении М.С. Горбачева на XVII съезде КПСС (февраль 1986 г.).

Задание:

1. Приведите три доказательства в пользу нижепредставленной точки зрения: «Политика гласности способствовала развитию культурной сферы общества».

Ответ:

Задание 100.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

30-е гг. XX в. вошли в историю России как период «культурной революции». Под «культурной революцией» подразумевалось, с одной стороны, значительное повышение образовательного уровня народа, его приобщение к достижениям культуры. Другой стороной «культурной революции» явилось утверждение в духовной жизни общества безраздельного господства марксистско-ленинского учения.

В стихотворении поэта Ю. Д. Левитанского есть такие строки:

«Сомнений дух над нами не витал.
И в двадцать лет, доверчивый не в меру,
Уже скопил я круглый капитал
Готовых истин, принятых на веру.
Старательно заученные мной,
Записанные твердо на скрижали,
Они меня, как каменной стеной,
Удобно и надежно окружали».

Задание:

1. Приведите три идеи, олицетворяющие духовный облик молодого поколения в 1930-х гг.

Ответ:

Задание 101.

Прочитайте текст и установите соответствие.

При определении приоритетов собственной деятельности в образовательной организации, важным направлением становится методической обеспечение учебного процесса.

Модель учебного плана определяет комплексное методическое обеспечение в формате разработки и создания оптимальной системы учебно-методической документации, учебной, учебно-методической литературы, других средств, необходимых для полного и качественного обучения предметам.

Соотнесите утверждения, связанные с разработкой функций средств обучения и созданием оптимальной системы методического обеспечения с соответствующими педагогическими направлениями к содержанию средств обучения.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:

Функции средств обучения		Педагогические требования к содержанию средств обучения	
А	Выбор состава средств обучения, входящих в комплекс учебно- методического обеспечения.	1	Учет психологических особенностей и закономерностей усвоения, возрастных особенностей обучающихся их общего развития с целью совершенствования творческих и познавательных способностей, логического мышления.
Б	Включение в комплекс отдельных видов дидактических средств обучения.	2	Обеспечение реализации видов дидактических средств во всех случаях внедрения в учебно- воспитательный процесс.
В	Соответствие содержанию учебной программы, дидактическим принципам обучения	3	Детальный анализ процесса преподавания на отдельных учебных занятиях по конкретной теме.
Г	Корректное моделирование элементов преподавания и элементов учебной деятельности обучающихся.	4	Общность цели, содержания обучения, методологического подхода и методики преподавания способствующая формированию прочных знаний, умений и навыков.
Д	Высокая степень наглядности дидактических средств обучения	5	Обеспечение высокого интереса обучающихся к изученному предмету, внимательности и активности, индивидуализации обучения

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 102.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

При построении траектории профессионального роста, выбор образовательной технологии, методов и средств обучения является важным этапом.

Выберите из перечисленных методов обучения тот, которые наиболее эффективно способствует развитию критического мышления у студентов:

А. Лекция (репродуктивный метод).
Б. Семинар-дискуссия (проблемный метод).
В. Практическое занятие (практико-ориентированный метод).
Г. Индивидуальное консультирование (метод индивидуального подхода).
Д. Просмотр видеолекций (визуально-информационный метод).

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 103.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Определение методов и способов совершенствования образовательной деятельности позволяет найти правильный подход к развитию траектории профессионального роста.

Какая из следующих стратегий является наиболее эффективной для развития критического мышления у студентов в процессе обучения в вузе?

А. Заучивание определений и теорий.
Б. Пассивное прослушивание лекций.
В. Дискуссии, дебаты и анализ кейсов.
Г. Выполнение однотипных заданий по шаблону.
Д. Игнорирование альтернативных точек зрения.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 104.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Преподаватель высшей школы при подготовке к лекции по теме «Современные методы обучения в высшем образовании» столкнулся с необходимостью выбора подходящего метода для эффективного усвоения материала студентами. Он хочет активизировать процесс обучения, стимулировать критическое мышление и способствовать глубокому пониманию темы.

Какая из предложенных методик наиболее соответствует этим целям?

А. Пассивное изложение материала с использованием презентаций и лекций.

Б. Групповые дискуссии и обсуждения с последующим письменным заданием.

В. Использование онлайн-платформ для самостоятельной работы студентов без активного взаимодействия.

Г. Индивидуальные письменные задания, направленные на воспроизведение информации.

Д. Демонстрация видеороликов и презентаций без последующего анализа и обсуждения.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 105.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Современный преподаватель высшей школы должен обладать рядом компетенций, направленных на эффективное взаимодействие с обучающимися и создание благоприятной образовательной среды. Какие из перечисленных компетенций относятся к группе коммуникативных компетенций преподавателя?

А. Владение методиками активного обучения.

Б. Способность к саморазвитию и профессиональному росту.

В. Умение ясно и точно формулировать учебный материал.

Г. Понимание специфики познавательных процессов студентов.

Д. Навыки эффективной презентации учебного материала.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 106.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

На построение эффективной траектории профессионального роста оказывают влияние множество факторов.

Какие из перечисленных факторов наиболее существенно влияют на эффективность преподавания в высшей школе и формирование профессиональных компетенций у студентов?

А. Использование современных технологий обучения (например, онлайн-курсов, интерактивных досок).

Б. Соответствие содержания учебного материала актуальным потребностям рынка труда.

В. Соблюдение академической этики и честности преподавателем.

Г. Создание атмосферы доверия и открытого диалога в учебном процессе.

Д. Высокий уровень заработной платы преподавателя.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 107.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Совершенствуя организацию образовательной среды, часто отдают предпочтение формированию качественного учебно-методического обеспечения.

Учебно-методическое обеспечение является дидактическим управлением подготовкой специалистов и одновременно комплексной информационной моделью педагогической системы высшей школы, которая задает свою структуру и отображает её элементы. В современных требованиях к учебно-методическому обеспечению требуется его эффективная организация, определяющая качество этапов совершенствования.

Задание:

1. Проанализируйте данную ситуацию и предложите план мероприятий по совершенствованию учебно-методического обеспечения.

2. Сделайте общий вывод.

Ответ:

Задание 108.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Для организации эффективной самостоятельной работы студентов, преподавателю необходимо разработать и составить полноценный учебно-методический комплекс:

конспекты лекционных занятий, электронные версии учебников и учебных пособий;

методические рекомендации по изучению курса, практических и лабораторных занятий;

мультимедийные видео и аудиоматериалы, презентации;

глоссарии по учебным дисциплинам;

собрать дополнительные ресурсы (словари, ссылки на сторонние сайты), а также текстовые материалы, ситуационные учебные задачи, вопросы по курсу, темы рефератов.

Задание:

1.Проанализируйте данную ситуацию и предположите план мероприятий по совершенствованию учебно-методических комплексов по организации эффективной самостоятельной работы студентов.

2.Сделайте общий вывод.

Ответ:

Задание 109.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь преподавателем курса по менеджменту в высшей школе и хотите внедрить современные образовательные технологии в учебный процесс. Ваша задача — разработать план использования различных образовательных технологий, которые помогут студентам лучше усвоить материал и развить необходимые навыки для успешной карьеры в менеджменте.

Задание:

1.Опишите какие современные образовательные технологии вы планируете использовать в процессе обучения менеджеров.

2.Опишите выбранные технологии и обоснуйте их выбор.

3.Как вы будете интегрировать эти технологии в учебный процесс?

Ответ:

Задание 110.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы — преподаватель курса по менеджменту в высшей школе и хотите помочь своим студентам выстроить четкую траекторию профессионального роста. Ваша задача — разработать план, который поможет студентам определить свои карьерные цели, необходимые навыки и шаги для их достижения.

Задание:

1.Опишите основные этапы выстраивания траектории профессионального роста для студентов-менеджеров.

2.Опишите, какие шаги студенты должны предпринять для определения своих карьерных целей и необходимых компетенций.

3.Какие инструменты и методы можно использовать для поддержки студентов в их профессиональном развитии?

Ответ:

Задание 111.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Переговоры как особый вид деловой коммуникации имеют свои правила и закономерности, которые могут быть использованы для достижения соглашения между сторонами. Чтобы чётко сформулировать

взаимовыгодное решение, необходимо, прежде всего, знать как собственные цели, так и цели противоположной стороны.

Установите соответствие между различными видами целей переговоров и их толкованиями, что позволит продемонстрировать ваш обоснованный подход к формулированию целей.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Вид цели		Толкование	
А	Идеальная цель	1	Достижимый результат
Б	Реальная цель	2	Результат, на который удастся (скорее всего) рассчитывать с учётом диалога с партнёром
В	Цель в наихудшем варианте	3	Результат, который можно свести к реалистичному за счёт снижения уровня запросов
Г	Реалистичная цель	4	Стартовая позиция, о которой участник переговоров заявляет с самого начала
Д	Адекватная цель	5	Вариант, ни на который, ни ниже которого опускаться нельзя
		6	Результат, которого не удастся достичь

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 112.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Вам дали задание подготовиться к переговорам. Подготовка к переговорам условно разделяется на две основные стадии: организационную и теоретическую. Основанием для такого деления служит разная направленность проблем подготовки переговоров. Первая стадия связана с необходимостью контакта с другой стороной для того, чтобы договориться об обстоятельствах проведения переговоров (переговоры о переговорах).

Внимательно прочитайте данные составляющие организационной стадии подготовки к переговорам. Расположите их в логической последовательности:

1. Определить предполагаемую потребность в экспертном и консультационном обеспечении: экономическом, политическом, правовом, психологическом.
2. Определить сроки и место проведения переговоров.
3. Обдумать характер, способ и средства информационного освещения хода переговоров и их результата.
4. Обеспечить физическую и информационную безопасность переговорного процесса.
5. Утвердить состав собственной делегации.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 113.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Руководство компании доверило вам вести переговоры. Само намерение вести переговоры дорогого стоит, и задача состоит в том, чтобы не упустить шанс и воспользоваться стремлением сторон к решению проблем. Переговоры как один из видов создания и поддержания диалога с деловыми партнёрами могут проводиться с разными целями и классифицироваться по разным признакам.

Установите соответствие между различными типами переговоров и основаниями их разграничения, что позволит продемонстрировать ваше знание типологии переговоров.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Основание разграничения типов переговоров		Названия типов переговоров	
А	Количество участников	1	В рамках конфликта и в рамках сотрудничества.
Б	Уровень участников	2	Межличностные и межгрупповые.
В	Тип совместных решений	3	Межличностные, межгрупповые и международные.
Г	Цели	4	Компромиссные, качественного перехода, сужения противоречий, снятия противоречия, асимметричного решения.
Д	Направленность взаимодействия	5	О продлении действующих соглашений, о перераспределении полномочий, о создании новых условий, о достижении побочных вопросов.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 114.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Как начальник отдела вы понимаете, что деловые переговоры представляют собой обмен мнениями, позициями для достижения взаимоприемлемого соглашения. Важным вопросом подготовки к переговорам является определение порядка принятия решения. Современная практика переговоров знает два основных способа принятия решения: голосование и консенсус.

Среди перечисленных только одно свойство характеризует голосование, а все остальные – консенсус. Укажите свойство, характеризующее голосование. Выбор обоснуйте.

А. Принятие решения осуществляется путём синтеза различных позиций.

Б. Переговоры могут проходить быстро.

В. Цель переговоров – найти решение, которое устроит всех.

Г. Требуется участие всех участников переговоров.

Д. Позиции могут быть ясно провозглашены с самого начала, но те, кто их придерживается, могут их менять.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 115.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь участником деловых переговоров между двумя компаниями, которые обсуждают условия совместного проекта. Ваша задача — предложить подход, основанный на «принципе Парето», который поможет обеим сторонам достичь взаимовыгодного соглашения.

Задание:

1. Опишите основные принципы «принципа Парето» и как они могут быть применены в процессе переговоров

2. Опишите какие шаги необходимо предпринять для достижения совместного решения, соответствующего принципу Парето.

Ответ:

Задание 116.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь участником переговоров между вашей компанией и потенциальным партнером. Ваша задача — проанализировать две основные стратегии ведения переговоров: «торг» и «совместный поиск решения проблемы». Определите, в каких ситуациях каждая из этих стратегий будет наиболее эффективной, и предложите подходы к их применению.

Задание:

1. Опишите ключевые характеристики стратегии «торг» и в каких ситуациях она будет наиболее эффективна.

2. Опишите основные принципы совместного поиска решения проблемы и когда эта стратегия будет предпочтительнее.

Ответ:

Задание 117.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы возглавляете переговорный процесс в компании. Когда мы смотрим на противоположную сторону через стол переговоров, она выглядит

однородной. Но это не так. Как любая группа, другая сторона включает в себя представителей различных точек зрения, обладает как формальной, так и неформальной структурой. Обычно переговоры внутри команды проходят в спорах большей интенсивности, чем горизонтальные переговоры с противоположной стороной, и требуют больше энергии, эмоций и значительно меньшего дипломатического такта.

Переговоры – это процесс принятия решений, и неизбежно возникающие различия внутри команды делят её на определённые подгруппы.

Задание:

1. Назовите эти подгруппы.
2. Перечислите черты каждой из этих групп.

Ответ:

Задание 118.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы, как организатор переговоров, понимаете, что если ход переговоров был позитивным, то на завершающей стадии необходимо резюмировать, кратко повторить основные положения, которые затрагивались в процессе переговоров и, что особенно важно, характеристику тех положительных моментов, по которым достигнуто согласие сторон. Это позволит добиться уверенности в том, что все участники переговоров отчётливо представляют суть основных положений будущего соглашения, в ходе переговоров достигнут определённый прогресс. Приемлемое для сторон решение может быть отражено в итоговом документе.

Задание:

1. Назовите 7 видов итоговых документов.
2. Кратко охарактеризуйте каждый из них.

Ответ:

Задание 119.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы как организатор переговорных процессов компании понимаете, что участники переговоров – это актёры. При условии грамотной игры можно добиться практически всех (не только общих, но и частных) целей, и даже более. Профессиональные и личностные качества переговорщика, таким образом, являются одним из ключевых факторов успешности переговоров. Особое внимание следует обратить на стиль ведения переговоров, определяемый как совокупность профессиональных качеств, индивидуальных черт характера, образцов поведения и особенностей

коммуникации, определяющих формы и методы взаимодействия личности с партнёрами.

Задание:

1. Назовите стили переговорщиков.
2. Кратко охарактеризуйте каждый из них.

Ответ:

Задание 120.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Ведя переговоры, вы столкнулись с манипуляцией. Манипуляция – это серьёзное психологическое воздействие, игра на наших чувствах и эмоциях. Она иррациональна по своей природе, вот почему в большинстве случаев мы понимаем, что в рамках общения произошла манипуляция, но что-то предпринять оказывается уже поздно. Она всегда доставляет психологический дискомфорт. Рядом с манипулятором мы чувствуем себя угнетёнными, ощущаем незащищённость, тревогу, смятение, подавленность.

Задание:

1. Назовите типы манипуляций.
2. Кратко охарактеризуйте каждый из них.

Ответ:

Задание 121.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Переход к новой парадигме управления возможен при условии соблюдения принципа преемственности всего лучшего из инструментов классического менеджмента с обязательной адаптацией новых подходов и инструментария в теорию современного менеджмента.

Установите соответствие между новыми подходами к управлению с их содержательными смыслами. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Подходы		Содержательный смысл	
А	Поведенческий подход к построению организаций	1	Способность к достижению целей организации в результате достижения личных целей сотрудником
Б	Теория напряженности	2	Создание условий и элементов самоорганизации и саморазвития
В	Трансформация бизнес-модели организации в условиях саморазвития и самоорганизации	3	Стиль руководства должен адаптироваться и эволюционировать с целью максимально эффективного удовлетворения потребностей команды
Г	Теория управления жизненным циклом сотрудника-лидера	4	Основан на новых механизмах управления поведением людей

		5	Любое решение принимается с учётом предполагаемого воздействия на заинтересованные стороны, включая клиентов, сотрудников, поставщиков, акционеров, сообщество и окружающую среду

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Ответ:

Задание 122.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Модель управления жизненным циклом сотрудника-лидера предполагает, что каждая команда проходит через несколько ключевых стадий развития (от формирования до выполнения задач на высоком уровне). Каждый этап требует особого подхода к управлению и использования различных стилей лидерства.

Установите соответствие между стилями лидерства и подходами к управлению. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Стили лидерства		Подходы к управлению	
А	«Давать указания»	1	Для сотрудников со средней (высокой) зрелостью лидер выступает больше как наставник (консультант), который принимает активное участие в обсуждениях и принятии решений
Б	«Продавать»	2	Для сотрудников с низким уровнем зрелости необходимы чёткие инструкции и постоянный контроль
В	«Участвовать»	3	Для сотрудников с высокой зрелостью лидер предлагает минимальное руководство и поддержку, предоставляет подчинённым возможность принимать решения и брать на себя ответственность за выполнение задач
Г	«Делегировать»	4	Для сотрудников со средней зрелостью лидер не только отдаёт распоряжения, но и объясняет свою точку зрения, аргументирует и мотивирует подчинённых
		5	Для сотрудников с комбинированной зрелостью лидер выбирает методы управления в зависимости от ситуации

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Ответ:

Задание 123.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Ученые проанализировали историю и предположили, что за 100 лет обычно сменяется 4 поколения. Изучение теории поколений помогает предсказывать будущие тренды и изменения в обществе, а также способствует развитию более гармоничных отношений в организации между разными поколениями. Согласно теории, каждое поколение соответствует определенному времени года, которое характеризует общую ситуацию в мире (на каждом этапе меняется соотношение силы общественных институтов и индивидуальных стратегий поведения). В цикличности развития человечества повторяются четыре этапа: кризис, подъём, спад, пробуждение. Руководителю необходимо выявлять эти различия с целью облегчения коммуникации при управлении организацией.

Установите соответствие между временами года и индивидуальными стратегиями поведения поколений. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Времена года		Стратегии поведения	
А	«Зима» (кризис)	1	Общественные институты слабы (разрушены), в настроении преобладает независимость, лидируют индивидуальные стратегии поведения (поколение Y)
Б	«Весна» (расцвет)	2	Формирует людей, ориентированных на общественные цели и способных создавать новые общественные институты на месте устаревших (молчаливое поколение, поколение Z)
В	«Лето» (пробуждение, стабильность)	3	Развитие социальных институтов, менее выраженная роль отдельных индивидов (бэби-бумеры)
Г	«Осень» (распад, увядание)	4	Усиление роли индивида, критика и недовольство социальными институтами (поколение X)
		5	Растут в тесных отношениях с технологиями, исследователи называют их поколением стекла

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Ответ:

Задание 124.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В компании наблюдается значительное снижение уровня удовлетворенности клиентов. Причиной этого являются долгие сроки обработки запросов и жалоб, а также недостаточная квалификация сотрудников, отвечающих за клиентский сервис. Руководство компании решило улучшить работу службы поддержки, используя современные методы менеджмента и технологий.

Задание:

1. Указать методы управления качеством обслуживания, которые следует применить для улучшения работы службы поддержки.

2. Указать современные технологии, которые применяются для повышения эффективности труда службы поддержки.

Ответ:

Задание 125.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В вашей компании заметен высокий уровень текучести кадров среди сотрудников, работающих в операционных подразделениях. Увольнения происходят через короткое время после принятия на работу, что ведет к снижению общей эффективности компании. Руководство поручило вам решить эту проблему и предложить решения, которые помогут снизить текучесть кадров.

Задание:

1. Указать современные инструменты и методы управления персоналом, которые применяются для снижения текучести кадров.

2. Определить подходы к мотивации сотрудников для удержания в компании.

Ответ:

Задание 126.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В вашей компании запущен новый продукт, но его продажи значительно ниже ожидаемых. Несмотря на активную рекламную кампанию, клиенты не проявляют интереса. Руководство компании решило провести анализ ситуации и выработать стратегию для улучшения продаж.

Задание:

1. Определить методы анализа рынка и потребителей, которые применяются для диагностики причин низких продаж.

2. Предложить управленческие инструменты, которые можно применить для повышения эффективности рекламной кампании и увеличения продаж.

Ответ:

Задание 127.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В компании наблюдается рост числа жалоб клиентов на качество обслуживания. Это связано с недостаточной квалификацией сотрудников, длительным временем отклика на запросы, отсутствием ясных стандартов работы. Руководство компании решило провести реорганизацию процесса

обслуживания клиентов, применяя современные управленческие инструменты.

Задание:

1. Определить методы оценки качества обслуживания клиентов для выявления текущих проблем.

2. Предложить пути улучшения процесса обслуживания клиентов, применяя современные инструменты менеджмента.

3. Выбрать формы обучения сотрудников в повышении качества обслуживания.

Ответ:

Задание 128.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В компании «Омега» наблюдается снижение производительности сотрудников отдела продаж. Руководство связывает это с отсутствием четкой системы мотивации, недостатком обучения и высокой текучестью кадров. Вам, как консультанту, необходимо диагностировать проблему и предложить управленческое решение, используя современные инструменты менеджмента.

Задание:

1. Предложить методы диагностики проблемной ситуации.

2. Указать современные инструменты мотивации и обучения, которые можно использовать для повышения производительности сотрудников.

3. Определить критерии оценивания эффективности предложенных решений.

Ответ:

Задание 129.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В компании возникли проблемы с производительностью труда и мотивацией сотрудников, особенно в тех отделах, где сотрудники выполняют однотипную работу. Несмотря на увеличение зарплаты и бонусов, производительность не растет, а текучесть кадров остается высокой. Руководство компании решило улучшить ситуацию, внедрив современные подходы к управлению.

Задание:

1. Предложить современные методы мотивации для повышения производительности труда сотрудников.

2. Предложить пути совершенствования корпоративной культуры и создания условий для вовлеченности сотрудников.

3. Определить управленческие инструменты, которые могут помочь в удержании сотрудников и снижении текучести кадров.

Ответ:

Задание 130.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В компании наблюдается недостаточная эффективность проектного управления. Проекты часто выходят за рамки бюджета и времени, а также не достигают заявленных результатов. Руководство решило применить современные методики для улучшения управления проектами и повышения их результативности.

Задание:

1. Определить современные методы и инструменты проектного управления для улучшения эффективности его управления и повышения результативности.

2. Предложить пути оптимизации распределения ресурсов и управления временем в проекте.

3. Определить подходы, которые можно использовать для оценки и контроля хода выполнения проектов.

Ответ:

Задание 131.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Система управления бизнеса – это сложная комплексная модель. Руководитель должен понимать, что из самой сложной и нестандартной ситуации можно выйти, если использовать так называемый принцип рычага, при котором даже незначительные действия могут привести к серьезным улучшениям, если они будут проведены в нужном месте и в нужное время. Каждый менеджер должен самостоятельно отобрать наиболее эффективные и успешные управленческие инструменты, технологии в зависимости от специфики своего бизнеса. Поэтому эффективной будет та модель, которая соответствует уровню развития и специфике деятельности организации.

Установите соответствие между моделями управления организацией в зависимости от особенностей менталитета. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Модели управления организацией		Особенности менталитета	
А	Японская модель управления	1	Формализм в межличностных отношениях, стремление к краткосрочным инвестициям, отсутствие преданности корпоративной культуре и ценностям, все важные решения принимаются руководителем в одиночку
Б	Американская модель управления	2	Неформальные отношения, управление строится на демократичных принципах, важные решения принимаются менеджментом вместе с сотрудниками

В	Британская модель управления	3	Управленцы предпочитают дистанцироваться от простых сотрудников, решения принимают индивидуально, все коммуникации происходят преимущественно в письменной форме
Г	Шведская модель управления	4	Основана на традиционных ценностях (коллективизм, уважение к старшим и подчинённым, стремление к гармонии в отношениях)
Д	Французская модель управления	5	Основана на индивидуализме, управленцы самостоятельно принимают решения, не учитывая мнения остального коллектива
		6	Основана на чётких целях, дедлайнах, метриках, ролевой структуре, автономном распределении и перераспределении ресурсов

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 132.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Управление изменениями – это системный подход к трансформации организации. Любая организация находится в процессе непрерывных изменений, так как в противном случае ее способность к выживанию в динамичной обстановке ставится под угрозу. Изменения в организациях в одних случаях происходят целенаправленно на базе систематически разрабатываемых концепций запланированных усовершенствований, в других – носят скорее неформальный и адаптивный характер, когда организация оперативно приспосабливается к внешней среде путем модификации своего поведения. Изменения развития организации направлены на улучшение и оптимизацию существующих в организации процессов, стратегии и процедур принятия управленческих решений.

Установите соответствие между видами изменений в организации и их направлениями. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Виды изменений		Направления изменений	
А	Трансформационные	1	Базируются на существующих системах ценностей, структурах, процессах (доминирует практическая пригодность, а не достижение идеального состояния)
Б	Переходные	2	Остро необходимы в связи с бурным развитием окружающей рыночной обстановки после продолжительной фазы стабильности и длительного игнорирования необходимых адаптационных шагов
В	Частичные	3	Изменяют организационную культуру и ценности
Г	Радикальные	4	Изменяют организацию из одного состояния в другое, что позволяет решить выявленную на данный момент проблему (цифровизация, изменение организационно-правовой формы и т.п.)

		5	Изменения (реформы) встречают меньше сопротивления со стороны сотрудников и необходимы для перехода организации на следующий этап жизненного цикла

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 133.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Для успешного управления изменениями на уровне руководства требуется обеспечить выполнение следующей цепочки последовательных действий: вовлечение персонала – разработка программы изменений – поддержка программы (финансовая и организационная) – координация и организация эффективных коммуникаций. В зависимости от выбранного подхода используются различные способы их реализации.

Установите соответствие между способами изменений в организации и их сущностной характеристикой. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Способы изменений в организации		Сущностная характеристика	
А	Директивный (авторитарный)	1	Проведение комплексных изменений в установках и ценностях (работник думает правильно), создание общего видения через вовлеченность работников
Б	Переговорный	2	Проведение изменений от диагностики ситуации к постановке целей, проектированию процесса, оценке промежуточных результатов, планированию следующих этапов
В	«Завоевание сердец»	3	Выявление проблемы, ее решение и конкретизация методом проб и ошибок
Г	Аналитический	4	Навязывание изменений в кризисных ситуациях, когда другие методы потерпели фиаско
Д	Основанный на действии	5	Признается, что власть распределяется между работодателем и работником, достигается компромисс до начала реализации изменения
		6	После трансформации контролируют результативность организации, анализируют результаты деятельности, оценивают уровень удовлетворённости сотрудников, определяют возможные проблемы

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 134.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В компании наблюдается резкое снижение мотивации среди сотрудников, что привело к ухудшению производительности и высокой текучести кадров. Ранее использовавшиеся системы оценки и вознаграждения оказались неэффективными. Необходимо провести анализ текущей ситуации и предложить решение для повышения мотивации персонала с использованием современных управленческих инструментов.

Задание:

1. Указать современные инструменты мотивации для улучшения ситуации.

2. Определить направления совершенствования корпоративной культуры в решении проблемы.

Ответ:

Задание 135.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Ваша команда работает над проектом, но существуют проблемы с коммуникацией и координацией действий между отделами. Это приводит к задержкам в сроках выполнения и увеличению затрат. Вам необходимо разработать меры по улучшению взаимодействия и выработке эффективной стратегии для повышения качества труда.

Задание:

1. Определить методы управления проектами и инструменты коммуникации для улучшения ситуации.

2. Указать современные технологии, которые можно использовать для повышения эффективности труда службы поддержки.

Ответ:

Задание 136.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В компании наблюдается недостаточная инновационность в подходах к работе, а конкуренты активно внедряют новые технологии и способы ведения бизнеса. Руководство компании решило, что необходимо внедрить инновационные процессы, чтобы оставаться конкурентоспособным.

Задание:

1. Предложить стратегические подходы в управлении инновациями для стимулирования творческого подхода среди сотрудников.

2. Определить конкретные методы для успешного внедрения инноваций в системе управления изменениями.

Ответ:

Задание 137.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В вашей компании возникла проблема с управлением временем сотрудников. Большая часть рабочего времени тратится на неприоритетные задачи, что влияет на результаты работы. Руководство поручило вам внедрить эффективную систему управления временем.

Задание:

1. Предложить современные инструменты для планирования и управления временем для решения этой проблемы.

2. Определить методы делегирования и контроля за выполнением задач для улучшения управления временем.

Ответ:

Задание 138.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Альфа» работает в сфере розничной торговли электроникой. В последние годы наблюдается снижение спроса на продукцию из-за роста конкуренции со стороны онлайн-магазинов. Руководство компании решило пересмотреть свою стратегию. Используя теорию менеджмента, предложите возможные стратегические решения для компании с учетом изменений внешней среды.

Задание:

1. Определить, какие факторы внешней среды могут повлиять на деятельность компании «Альфа».

2. Выделить сильные и слабые стороны компании.

3. Выбрать стратегии, которые могут помочь компании адаптироваться к изменениям внешней среды.

Ответ:

Задание 139.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Бета» планирует внедрить новую систему автоматизации процессов, что потребует значительных изменений в структуре и работе сотрудников. Используя модель управления изменениями Курта Левина, предложите план действий для успешного внедрения изменений.

Задание:

1. Определить этапы модели Курта Левина для успешного внедрения изменений.

2. Указать виды сопротивления со стороны сотрудников и пути их преодоления.

3. Определить инструменты мотивации, которые можно использовать для вовлечения сотрудников в процесс изменений.

Ответ:

Задание 140.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В компании «Дельта» возник конфликт между отделом маркетинга и отделом продаж вследствие несогласованности целей и задач. Руководство должно разработать стратегию разрешения конфликта. Используя теорию управления конфликтами, предложите план действий.

Задание:

1. Выявить причины конфликта между отделами.

2. Определить стили разрешения конфликтов в данной ситуации.

3. Предложить меры для предотвращения подобных конфликтов в будущем.

Ответ:

Задание 141.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Соотнесите виды экспертных методов исследования систем управления и их краткие характеристики.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца. Каждый элемент правого столбца используется только один раз:

Экспертный метод исследования		Краткая характеристика	
А	Метод «Дельфи»	1	Метод, основанный на принципах мозговой атаки, предназначенный для отбора из множества идей наиболее оригинальных и прогрессивных
Б	Метод «мозговой атаки наоборот»	2	Метод, основанный на построении логической цепочки последовательных действий по принципу «каждое действие является следствием предыдущего», решение проблемы структурируется поэтапно с учетом возможных альтернативных последствий каждого действия и вероятности их возникновения
В	Метод «мысленного группового анализа реальной ситуации»	3	Выявление согласованной оценки экспертной группы путем независимого анонимного опроса экспертов в несколько туров, предусматривающего сообщение экспертам результатов предыдущего тура
Г	Метод «6-3-5»	4	Метод, основанный на принципах мозговой атаки, при котором все участники группы выявляют недостатки предлагаемых идей
Д	Метод дерева решений	5	Метод, позволяющий получить количественную оценку на основе интуиции или здравого смысла на основе группового обсуждения или взаимодействия
		6	Выявление структуры объекта прогнозирования и оценка возможных значений ее элементов с последующим перебором и оценкой вариантов сочетаний этих значений

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 142.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Реализация системного подхода как метода решения исследовательских и управленческих задач проводится в несколько этапов.

Установите логическую последовательность этапов реализации системного подхода и расположите в правильной последовательности основные этапы:

1. Обозначение направлений достижения цели.
2. Разработка модели.
3. Выделение объекта.
4. Обратная связь по результатам функционирования.
5. Выявление факторов, влияющих на систему.
6. Определение путей эффективного управления системой.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 143.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Управленческая деятельность неразрывно связана с принятием решений. Процесс выработки решений, как и всякий процесс, имеет определенные этапы.

Установите последовательность реализации этапов процесса управленческой деятельности как системы:

1. Прогноз развития ситуации.
2. Планирование исполнения решения.
3. Организация исполнения решения.
4. Анализ ситуации.
5. Контроль за исполнением управленческого решения.
6. Корректировка принятого решения.
7. Принятие управленческого решения.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 144.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Четко и корректно подготовленные и проведенные социологические исследования дают важную информацию менеджеру для совершенствования системы управления.

Установить последовательность основных этапов прикладного социологического исследования:

1. Кодировка данных и их обработка.
2. Подготовка и оформление отчета об исследовании.
3. Разработка программы исследования.
4. Пилотаж методик сбора информации.
5. Анализ полученных результатов.
6. Этап сбора эмпирической информации.
7. Разработка и внедрение рекомендаций.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 145.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Укажите и обоснуйте наибольшее преимущество использования методов тестирования в управлении:

А. Глубина раскрытия проблемы.
Б. Простота и доступность, не требует специальных знаний.
В. Оперативное количественное обобщение высказываний.
Г. Позволяет исключить психологические и личностные нюансы.
Д. Наличие методических разработок для составления тестов.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 146.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Достаточно важным моментом современного исследования управления выступают общенаучные подходы, делающие этот процесс направленным. Наиболее актуальным и потенциально эффективным представляется подход системный.

Укажите главный элемент в системном подходе к исследованию:

А. Тип мышления менеджера.
Б. Знание предмета исследования.
В. Возможность имитационного моделирования явлений.
Г. Определение целостности и связи явлений.
Д. Наличие всей необходимой информации.

Ответ:
Обоснование выбора ответа:

Задание 147.

Прочитайте текст, выберите несколько правильных ответов и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

Информационное обеспечение играет ведущую роль среди всех обеспечивающих управление организацией подсистем, так как эффективность деятельности организации напрямую зависит от ее информационных связей, как с внешней средой, так и с внутренними объектами управления. Информационное обеспечение управления организацией, способствуя решению управленческих и исследовательских задач, выполняет следующие функции:

А. Аналитическая.
Б. Синтетическая.
В. Фактологическая.
Г. Организационная.
Д. Функция обратной связи.

Ответ:
Обоснование ответа:

Задание 148.

Прочитайте текст, выберите несколько правильных ответов и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

Социологические исследования в менеджменте выступают источником данных о состоянии объекта управления, достижении запланированного результата или об отклонении в движении к поставленной цели. Социологические исследования, применяемые для решения организационно-управленческих проблем, имеют свою типологию.

Укажите, какие типы социологических исследований активно применяются в менеджменте, обоснуйте выбранные ответы:

А. Аналитический.
Б. Экспериментальный.
В. Лабораторный.
Г. Описательный.
Д. Морфологический.

Ответ:
Обоснование ответа:

Задание 149.

Прочитайте текст, выберите несколько правильных ответов и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

Современная практика проведения исследований показывает, что наиболее эффективным оказывается диалектический подход, в рамках которого хорошо реализуется и материалистическое отношение к истине и практике, и системный подход, и различные логические основания проведения исследования.

Укажите, какие принципы из нижеперечисленных относятся к диалектическому подходу к исследованию, раскройте их сущность:

А. Принцип сравнения.
Б. Принцип противоречивости.
В. Принцип последовательности.
Г. Принцип генетической и исторической определенности.
Д. Принцип относительности.

Ответ:
Обоснование ответ:

Задание 150.

Прочитайте текст, выберите несколько правильных ответов и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

Прогнозирование – метод, в котором используется как накопленный в прошлом опыт, так и текущие допущения насчет будущего с целью его определения. Результат качественного прогнозирования может служить основой планирования.

Определите, какие из нижеперечисленных методов прогнозирования относятся к неформальным, обоснуйте выбранные ответы:

А. Мнение жюри.
Б. Вербальная информация.
В. Совокупное мнение сбытовиков.
Г. Промышленный шпионаж.
Д. Модель ожидания потребителя.

Ответ:
Обоснование ответа:

Задание 151.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Аналогия – метод, согласно которому знание, полученное из рассмотрения какого-либо объекта, переносится на менее изученный, сходный по существенным свойствам и качествам объект.

Задание:

1. Обоснуйте, какой метод в современной теории и практике управления максимально приближен к данному общенаучному методу исследования.

2. Дайте его краткую характеристику.

Ответ:

Задание 152.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Усложнение возникающих проблем и процессов управления требует творческого подхода, что невозможно без проведения и использования результатов исследований, без внедрения передовых достижений науки в различных отраслях знаний.

Задание:

1. Обоснуйте необходимость реализации исследовательских функций (проведение исследований) современными менеджерами.

Ответ:

Задание 153.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Системный подход – это современный инструмент для повышения эффективности управления. Он позволяет оперативно находить новые, нестандартные варианты решения проблем, быстро и четко достигать поставленных управленческих и исследовательских задач.

Задание:

1. Опишите основные принципы системного подхода.

Ответ:

Задание 154.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Значимость деятельность руководителя, ценность решений для множества людей определяет специфику требований к нему, к масштабу его компетенций, к поведению в различных ситуациях, к обоснованности и убедительности его решений и к ответственности. Подчиненные обычно ожидают от руководителя наличия ряда качеств, отличающих его от рядовых членов коллектива. В значительной степени все это достигается в случае применения руководителем системного подхода.

Задание:

1. Обоснуйте особую роль системного подхода для руководителя, сформулировав 4-5 позиций.

Ответ:

Задание 155.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Системный подход для решения управленческих задач предполагает рассмотрение организации как системы, в которой все элементы взаимосвязаны и влияют друг на друга.

Задание:

1. Представьте применение системного подхода к управлению организацией (фирмой, предприятием) в виде алгоритма исследовательских задач.

Ответ:

Задание 156.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Проблемы управления можно исследовать посредством изучения документов. Всякое управление связано с движением информации, которая фиксируется в документах.

Задание:

1. Опишите источники информации, которая при проведении вами исследований управления организацией (предприятием, фирмой) подвергается изучению, обобщению и анализу.

Ответ:

Задание 157.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Сущность экспертных методов как при решении задач исследования системы управления, так и при использовании их в практике принятия решений заключается в усреднении различными способами мнений (суждений) специалистов-экспертов по рассматриваемым вопросам.

Задание:

1. Опишите факторы (не менее 5-6 факторов), от которых зависит точность прогноза при использовании экспертных методов.

Ответ:

Задание 158.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Одна из основных потребностей управленческой деятельности – потребность в достоверной и своевременной информации, достаточной для

принятия управленческих решений. Одним из основных направлений совершенствования технологии и повышения эффективности исследований в менеджменте является формирование информационной базы с соблюдением основных принципов.

Задание:

1. Укажите, какими принципами формирования и использования информации следует руководствоваться для реализации потребностей управленческой деятельности.

2. Назовите основные из них (не менее 5) и дайте их краткую характеристику.

Ответ:

Задание 159.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Необходимость применения маркетингового подхода в управлении компаниями, по мнению исследователей, обусловливается его способностью повысить обоснованность принимаемых решений на основе знаний о рынках, потребителях.

Задание:

1. Приведите не менее трех примеров задач, возникающих в системе управления организацией, решение которых, по вашему мнению, обеспечивается благодаря маркетинговому подходу.

Ответ:

Задание 160.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Любое исследование начинается с выдвижения проблемы, что свидетельствует о возникновении трудностей в развитии исследовательской деятельности, когда вновь обнаруженные факты не удается объяснить существующими знаниями. Поиск, формулирование и решение проблем – основной элемент процесса исследования, важная черта научной деятельности.

Задание:

1. Укажите, какие процедуры необходимо вам, как исследователю, осуществить для постановки исследовательской проблемы.

Ответ:

Задание 161.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Конфликт – это столкновение противоречащих друг другу мнений и интересов, которому могут сопутствовать острые эмоциональные переживания. Такая ситуация часто происходит между людьми вследствие организационных перемен, дискуссионных вопросов, различных межличностных и рабочих разногласий. Сотрудники организации могут по-разному вести себя в конфликтных ситуациях и испытывать сильные эмоции.

Установите соответствие между конфликтами по форме проявления и их содержательными смыслами. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Формы проявления конфликтов		Содержательный смысл	
А	Внутриличностный конфликт	1	Проявляется в разногласии между личностью и группой, вызванном различиями индивидуальных и общих интересов, ослаблением сплоченности и совместных действий, несоблюдением норм группового поведения
Б	Межличностный конфликт	2	Проявляется в виде столкновений между различными группами, отделами, вызван конкуренцией за ресурсы, разногласиями в целях и приоритетах, непониманием (недоверием) между группами
В	Внутригрупповой конфликт	3	Проявляется при столкновении личностей с различными чертами характера, взглядами, ценностями
Г	Межгрупповой конфликт	4	Проявляется в противоречивых требованиях по поводу того, каким должен быть результат его труда, и не согласуются с личными потребностями, ценностями
		5	Проявляется в непрямых, косвенных способах воздействия субъектов друг на друга

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 162.

Прочитайте текст и установите соответствие.

В организации могут присутствовать разные типы конфликтных личностей. В конфликте у человека доминирует не разум, а эмоции, что ведет к аффекту, когда сознание просто отключается, и человек не отвечает за свои слова и поступки, что может приводить к принятию неверных управленческих решений.

Установите соответствие между типами конфликтных личностей и их характеристиками. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Типы конфликтных личностей		Характеристики конфликтной личности	
А	Стратег (рационалист)	1	Отличается недоверием, завышенной самооценкой, постоянно ищет подтверждение своей значимости, ожидает уважения от окружающих, негибкий, закрыт для чужих мнений

Б	Сверхточный тип	2	Предъявляет высокие требования как к себе, так и окружающим, что воспринимается как придирки, обладает значительной тревожностью, придаёт большое значение мнениям других, остро переживает собственные неудачи
В	Демонстративный тип	3	Рассматривает конфликт, как инструмент для достижения личных целей, длительное время ведет себя как послушный подчинённый, но при подходящей возможности проявляет себя, даже если означает предательство
Г	Ригидный тип	4	Стремится быть в центре внимания, формирует позитивный имидж вокруг себя, чаще всего становится инициатором конфликтов, в действиях преобладают эмоции, а не логика
		5	Отличается неустойчивостью в мнениях и убеждениях, внутренней противоречивостью, внушаемостью, зависимостью от мнения окружения

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 163.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Управление конфликтом в организации – это процесс взаимодействия с сотрудниками с целью устранения причин конфликта и изменения поведения сторон в соответствии с принятыми нормами. Выбор конкретной стратегии разрешения конфликта зависит от ряда факторов (стадия конфликта, важность принимаемого решения для участников, их потребности, характер эмоциональных реакций). Для эффективного управления конфликтами в организации важно создать открытую коммуникационную среду, где каждая сторона может высказать свои мнения, обеспечить конструктивный диалог, уделить внимание разрешению противоречий и поиску компромиссов, чтобы достичь взаимоприемлемых решений.

Установите соответствие между стратегиями разрешения конфликтов и последствиями в случае, если они не будут улажены. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Стратегии разрешения конфликтов		Последствия в случае, если не будут улажены	
А	Приспособление	1	Приводит к накоплению напряжённости и ухудшению отношений в организации, со временем может развиться в более глубокий и сложный конфликт
Б	Избегание	2	Одна из сторон добивается разрешения конфликтной ситуации в свою пользу, интересы другой стороны

			полностью игнорируются, приводит к прекращению отношений
В	Соперничество	3	Конфликт затухает на время, существует вероятность повторного возникновения
Г	Компромисс	4	При разрешении конфликта речь идёт не о взаимных уступках, а о сохранении, прежде всего, межличностных отношений между противоборствующими сторонами
Д	Сотрудничество	5	Приводит к неразрешению конфликта, если ни одна из сторон не будет удовлетворена, договорённости будут краткосрочными, а участники не будут им следовать
		6	Стороны не проявляют прямого негатива, и внешних агрессивных действий между ними нет

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 164.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Эффективный менеджер – это, прежде всего, личность, а потом – специалист. Поэтому эффективность управленческой деятельности менеджера определяется, в первую очередь, уровнем его личностных качеств. Черты характера определяют отношение руководителя к себе, делу, другим людям. Темперамент обусловлен совокупностью душевных и психических свойств человека, которые характеризуют степень его возбудимости и проявляются в его отношении к окружающей действительности, в поведении.

Установите соответствие между типами темперамента и их характеристиками в ситуации конфликта. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Типы темперамента		Характеристики темперамента	
А	Холерик	1	Исполнителен, ответственен, добросовестен, дисциплинирован. В ситуации конфликта на рабочем месте предпочитают его избегать, поскольку это энергозатратно, порой не хватает сил для выработки решения и отстаивания своих интересов, уходят от ответственности за них
Б	Сангвиник	2	Невозмутим, молчалив, редко бывает инициатором конфликтной ситуации, не склонен к эмоциональным вспышкам, импульсивным действиям, предпочитает сначала хорошо подумать, потом реагировать или действовать, отлично контролирует свои эмоции и редко поддаются панике или тревоге. В ситуации конфликта на рабочем месте обычно ведёт себя спокойно и уравновешенно. Однако, когда его заставляют вступить в конфликт или решить спорную ситуацию, это может вызвать эмоциональное напряжение и стресс
В	Меланхолик	3	Склонен сохранять взаимоотношения, ущемляя часть своих интересов, отлично контролирует свои чувства и эмоции, но их кажущееся несерьёзное отношение к проблемам другого,

			беззаботность, легкомыслие часто становится причиной конфликтных ситуаций. В ситуации конфликта на рабочем месте обычно использует стратегию компромисса, иногда стратегию сотрудничества
Г	Флегматик	4	Инициативен, с азартом берётся за любую работу, с лёгкостью преодолевает трудности, нетерпелив, вспыльчив, подвержен эмоциональным срывам. В ситуации конфликта на рабочем месте выбирает активную стратегию поведения, в частности, соперничество.
		5	Активна центральная нервная система, склонен к эмоциональным реакциям и стрессоустойчивости

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 165.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Лидерство и руководство зачастую используются как взаимозаменяемые понятия. Однако, имеют разные значения. Лидер опирается на своё видение, продвигая организацию вперёд и поддерживая, при этом, вдохновение в своей команде. Кроме того, они оказывают положительное влияние на социальном уровне и могут использовать его в интересах организации. С другой стороны, руководители могут выполнять в организации функцию операционного сопровождения проектов, используя особый стиль руководства.

Установите соответствие между стилями лидерства и их характеристиками. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Стили лидерства		Характеристика стиля	
А	Визионерское лидерство	1	Лидер осуществляет жёсткий контроль, использует чёткую структуру, не предоставляет свободу выбора, единолично определяет цели, методы и сроки, а команда следует его указаниям без отклонений
Б	Отеческий стиль	2	Лидер имеет чёткое видение будущего, вдохновляет других работать в этом направлении
В	Эталонный стиль	3	Лидер вдохновляет, мотивирует и развивает своих последователей для достижения высоких результатов и преобразования организации
Г	Директивный стиль	4	Лидер поддерживает тесные неформальные отношения со всеми сотрудниками, ориентирован на создание благоприятного психологического климата, формирование гармоничных отношений внутри коллектива, быстрое купирование любых конфликтов
Д	Трансформационное лидерство	5	Лидер задаёт пример высоких показателей, продуктивности, качества, устанавливает для себя и других высокие стандарты труда

		6	Лидер принимает все решения самостоятельно, контролирует подчинённых

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 166.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Карьера современного менеджера имеет ряд особенностей, в том числе способность управлять другими людьми ради достижения цели. То, что работник-профессионал делает своими руками, менеджер-профессионал производит руками своих подчиненных. В соответствии с этим, отличительная особенность карьеры руководителя – выделение карьерных ступеней, связанных с его должностью и количеством сотрудников в подчинении, что может соответствовать стадиям должностного роста.

Установите соответствие между моделями карьеры и их характеристиками. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Модели карьеры		Характеристики модели	
А	Трамплин	1	Предполагает горизонтальное перемещение работника с пребыванием в одной должности 1-2 года на другую
Б	Лестница	2	После определённого фиксированного (переменного) срока работы работник проходит комплексную оценку (аттестацию), по результатам которой принимается решение о его повышении, перемещении (понижении) в должности
В	Змея	3	Жизненный путь работника состоит из длительного подъёма по служебной лестнице с постепенным ростом потенциала, знаний, опыта, квалификации
Г	Перепутье	4	Предусматривает постепенный подъём работника по ступенькам служебной лестницы
		5	При смене работы человек может поменять роль, область, то и другое, или совершить горизонтальный переход, оставив свои роль и область неизменными

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 167.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В компании «Омега» создается новый проект, для реализации которого необходимо сформировать команду из сотрудников разных отделов. Руководителю важно обеспечить конструктивное взаимодействие между участниками. Предложите план действий для формирования эффективной команды.

Задание:

1. Определить этапы формирования команды.

2. Указать инструменты и методы, которые можно использовать для налаживания взаимодействия между сотрудниками.

Ответ:

Задание 168.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В команде разработчиков возник конфликт из-за разногласий по поводу выбора технологий для проекта. Руководителю необходимо организовать конструктивное взаимодействие между участниками. Предложите план действий для разрешения конфликта.

Задание:

1. Предложить шаги, которые следует предпринять для урегулирования конфликта.

2. Определить методы коммуникации, которые можно использовать для налаживания диалога между участниками.

Ответ:

Задание 169.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Команда проекта «Гамма» потеряла мотивацию из-за затянувшихся сроков реализации. Руководителю необходимо восстановить энтузиазм и организовать конструктивное взаимодействие. Предложите план действий.

Задание:

1. Определить методы мотивации, которые можно использовать для повышения вовлеченности команды.

2. Предложить пути организации взаимодействия для достижения поставленных целей.

Ответ:

Задание 170.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Дельта» перевела часть сотрудников на удаленную работу. Руководителю необходимо организовать конструктивное взаимодействие в команде. Предложите план действий.

Задание:

1. Определить инструменты и технологии, которые можно использовать для организации удаленной работы.

2. Предложить пути поддержания командного духа и эффективного взаимодействия.

Ответ:

Задание 171.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В компании «Сигма» наблюдается низкий уровень взаимодействия между сотрудниками. Руководителю необходимо организовать обучение для развития навыков командной работы. Предложите план действий.

Задание:

1. Определить темы и форматы обучения, которые можно использовать в процессе обучения для развития навыков командной работы.

2. Предложить критерии оценки эффективности проведенного обучения.

Ответ:

Задание 172.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В компании «Эпсилон» запускается новый продукт, для успешной реализации которого необходимо взаимодействие между отделами маркетинга, разработки и продаж. Руководителю важно организовать конструктивное взаимодействие. Предложите план действий.

Задание:

1. Предложить пути, которые следует предпринять для налаживания взаимодействия между отделами.

2. Указать инструменты, которые можно использовать для координации работы отделов.

Ответ:

Задание 173.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В компании «Гамма» запускается новый проект, требующий тесного взаимодействия между отделами маркетинга, разработки и продаж. Однако сотрудники ранее не работали вместе, и есть риск возникновения конфликтов из-за различий в подходах и целях. Руководителю проекта необходимо организовать конструктивное взаимодействие в команде. Предложите план действий.

Задание:

1. Предложить пути, которые следует предпринять для налаживания конструктивного взаимодействия между отделами.

2. Указать инструменты и методы, которые можно использовать для предотвращения конфликтов, улучшения коммуникации и координации работы отделов.

Ответ:

Задание 174.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В команде проекта существует напряженность между двумя ключевыми сотрудниками. Один из них часто критикует идеи другого, что влияет на атмосферу в коллективе и замедляет процесс работы. Руководитель решает вмешаться, чтобы разрешить конфликт и улучшить командную динамику.

Задание:

1. Указать методы, которые следует использовать для разрешения конфликта между сотрудниками.

2. Определить конструктивные коммуникации, которые следует использовать в разрешении конфликта.

3. Предложить меры для обеспечения поддержания продуктивного взаимодействия между членами команды после разрешения конфликта.

Ответ:

Задание 175.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В команде разработки продукта постоянно возникают трудности при распределении задач, поскольку члены команды не всегда понимают свои обязанности, что приводит к задержкам и недовольству. Руководитель решил организовать более эффективное распределение задач и улучшить взаимодействие.

Задание:

1. Выявить методы, которые можно использовать для четкого распределения задач в команде.

2. Определить стили разрешения конфликтов в данной ситуации.

3. Предложить меры для предотвращения подобных конфликтов в будущем.

Ответ:

Задание 176.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В команде возникла ситуация, когда один из сотрудников постоянно пропускает встречи и не выполняет свои обязательства, что влияет на общую работу. Это вызывает недовольство у других членов команды и снижает моральный дух. Руководитель решил вмешаться для улучшения взаимодействия в команде.

Задание:

1. Определить действия, который должен предпринять руководитель для решения данной ситуации.

2. Определить пути обеспечения уважительного отношения и справедливости в команде при решении подобных проблем.

3. Предложить меры для предотвращения подобных проблем в будущем и улучшить командную дисциплину.

Ответ:

Задание 177.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В команде наблюдается недостаток взаимодействия между отделами, что приводит к задержкам в проектной работе и ухудшению качества продукта. Руководитель решает принять меры для улучшения взаимодействия между различными подразделениями компании.

Задание:

1. Предложить меры для улучшения взаимодействия между различными отделами компании.

2. Определить инструменты управления проектами, которые могут быть использованы для улучшения коммуникации между подразделениями.

3. Предложить пути совершенствования организации совместной работы для повышения общего результата.

Ответ:

Задание 178.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В команде возникла ситуация, когда два сотрудника имеют разные подходы к решению одной и той же задачи. Один из них настоятельно защищает свою точку зрения, а второй готов уступить. Это создает напряженность и затрудняет принятие решения. Руководитель должен вмешаться, чтобы помочь команде прийти к единому решению.

Задание:

1. Указать умения, необходимые для разрешения ситуации в контексте различий во мнениях в команде.

2. Предложить направления по созданию атмосферы для конструктивных дискуссий, где будут уважаться разные мнения.

3. Определить методы разрешения конфликтов для того, чтобы команда пришла к согласованному решению.

Ответ:

Задание 179.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В команде сотрудники не делятся друг с другом знаниями и опытом, что приводит к дублированию усилий и снижению эффективности труда.

Руководитель решил изменить ситуацию и создать условия для обмена знаниями внутри команды.

Задание:

1. Определить пути создания системы обмена знаниями и опытом в команде.

2. Предложить меры мотивации сотрудников на активное участие в обмене знаниями.

3. Указать инструменты, которые могут быть использованы для улучшения коммуникации и обмена знаниями в команде.

Ответ:

Задание 180.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В компании «Сигма» создается новая команда для разработки инновационного продукта. В команду входят специалисты из разных отделов: маркетинг, разработка, дизайн и финансы. Руководителю необходимо организовать конструктивное взаимодействие между участниками, чтобы избежать конфликтов и обеспечить эффективную работу. Предложите план действий.

Задание:

1. Определить этапы формирования команды, которые необходимо учесть для успешного взаимодействия в команде.

2. Указать инструменты и методы, которые можно использовать для улучшения коммуникации и предотвращения конфликтов между отделами.

3. Оценить эффективность взаимодействия в команде на начальном этапе.

Ответ:

Задание 181.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Виды наблюдения как метода исследования систем управления принято классифицировать по различным признакам.

Соотнесите виды наблюдений, используемые в менеджменте, и соответствующие им классификационные признаки.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца. Каждый элемент правого столбца используется только один раз:

Классификационные признаки видов наблюдений		Виды наблюдений	
А	По степени воздействия на объект исследования	1	Лабораторное
Б	Условия проведения	2	Нестандартизованное
В	Руководящая основа	3	Эксперимент
Г	Объект наблюдения	4	Включенное

Д	Место исследователя в изучаемом процессе	5	Акторное
		6	Персональное

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 182.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Методы исследования представляют собой способы, приемы проведения исследований, грамотное применение которых способствует получению достоверных и полных результатов относительно проблем управления. Всю совокупность методов исследования систем управления можно разбить на несколько больших групп.

Соотнесите группу методов, используемых в исследовании систем управления, и соответствующие данной группе методы исследования.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца. Каждый элемент правого столбца используется только один раз:

Группа методов исследования систем управления		Методы исследования	
А	Логико-интуитивные методы	1	Метод проектирования
Б	Методы формализованного представления систем управления	2	Ситуационное моделирование
В	Комплексно-комбинированные методы	3	Имитационное динамическое моделирование
Г	Методы исследования информационных потоков	4	Морфологический подход
Д	Эмпирические методы	5	Графический метод
		6	Наблюдение

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 183.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Систему управления составляют разные по природе компоненты, для исследования которых необходимы методы различных областей науки.

Установите логическую последовательность этапов общей методики системного анализа проблем системы управления и расположите в правильной последовательности основные этапы:

1. Формирование критериев.
2. Генерирование альтернатив.
3. Декомпозиция проблемы и цели.

4. Моделирование.
5. Агрегирование решений.
6. Оптимизация.
7. Определение конфигуратора.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 184.

Прочитайте текст и установите последовательность.

В исследовании управления тестирование представляет собой научный метод изучения исследуемого объекта без вмешательства в него. Общий методический алгоритм тестирования содержит шесть основных последовательных этапов.

Установите логическую последовательность этапов методики тестирования и расположите в правильной последовательности основные этапы:

1. Проведение выборки участников исследования.
2. Сбор и обработка данных.
3. Определение методологии исследования.
4. Разработка политики исследования.
5. Разработка инструментария.
6. Анализ результатов.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 185.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Исследования делятся на две категории в зависимости от их назначения: фундаментальные и прикладные. Различие между фундаментальными и прикладными исследованиями оказывает значительное влияние на то, как мы постигаем мир и как развиваются технологии, общество.

Укажите главное отличие программы прикладного исследования от программы фундаментального исследования и обоснуйте свой выбор:

А. Методика получения эмпирической информации.

Б. Степень разработанности теоретико-методологического раздела программы.

В. Используемые процедуры выборки.

Г. Характер решаемых задач.

Д. Тип учреждения, осуществляющего научные исследования.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 186.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

В современной рыночной экономике качество решений, принимаемых в процессе управления, непосредственно зависит от исследовательского подхода к управлению, умения изучать проблемы, определять их истоки и последствия.

Определите, какой методологический подход рассматривает исследование как совокупность взаимосвязанных непрерывно выполняемых исследовательских действий, преобразующих входы ресурсов, информации и т.п. в соответствующие выходы, обоснуйте свой выбор:

А. Ситуационный.
Б. Рефлексивный.
В. Диалектический.
Г. Процессный.
Д. Нормативный.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 187.

Прочитайте текст, выберите несколько правильных ответов и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

Организация исследования систем управления требует учета ряда системных характеристик.

К характеристикам организации исследования систем управления относятся:

А. Последовательность.
Б. Потребность в исследовании.
В. Методика исследования.
Г. Предмет исследования.
Д. Ресурсы для проведения исследования.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 188.

Прочитайте текст, выберите несколько правильных ответов и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

Цель обследования системы управления – выявить резервы и пути повышения эффективности работы системы управления организацией. Для осуществления обследования применяются различные методы.

Укажите, какие методы относятся к методам обследования в исследованиях систем управления, обоснуйте свой выбор:

А. Функционально-стоимостной анализ.
Б. Опытный метод.
В. Анкетирование.
Г. Параметрический метод.
Д. Морфологический анализ.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 189.

Прочитайте текст, выберите несколько правильных ответов и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

Организационное проектирование представляет собой разработку проектов новых или комплекс работ по совершенствованию деятельности существующих организаций, опирающиеся на ряд научных методов.

Укажите из нижеперечисленных методы, которые используются в процессе организационного проектирования организаций:

А. Метод вариаций.
Б. Метод аналогий.
В. Экспертно-аналитический метод.
Г. Метод ситуационного моделирования.
Д. Метод организационного моделирования.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 190.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Первоначально в зарубежной практике с помощью тестов, т.е. комплекса определенных заданий стандартной формы, проводились испытания психического состояния, умственного развития, способностей, волевых и других свойств личности отдельного человека или социальной группы.

Задание:

1. Обоснуйте возможности использования метода тестирования при исследовании систем управления.

Ответ:

Задание 191.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Эффективность исследования системы управления − это определение или нахождение такого варианта проведения исследования, который кратчайшим путем ведет к успеху.

Задание:

1. Раскройте содержание понятия «эффективность исследования системы управления»

Ответ:

Задание 192.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Каждый менеджер-практик при выполнении своих обязанностей и функций зачастую вынужден принимать управленческие решения в условиях неопределенности. Для ее уменьшения требуется проводить исследования системы управления и уже на основе новых полученных знаний формировать необходимое решение. Исследование становится неотъемлемой функцией управления.

Задание:

1. Укажите требования, которым, по вашему мнению, должен соответствовать менеджер-исследователь.

Ответ:

Задание 193.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В современной экономике для ряда целей исследования систем управления, обусловленных необходимостью быстрого изменения управления, важно оперативно провести работы и принять обоснованные управленческие решения. В этих случаях следует использовать ситуационный подход к исследованию управления.

Задание:

1. Раскройте сущность ситуационного подхода к исследованию систем управления и приведите примеры применения данного подхода.

Ответ:

Задание 194.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Функционирование системы управления характеризуется множеством разнообразных проблем, которые выступают как противоречие стратегии и тактики управления, условий рынка и возможностей фирмы, квалификации персонала и потребностей в инновациях и пр. В свою очередь, анализ

проблемной ситуации предполагает определенный алгоритм моделирования исследовательской проблемы.

Задание:

1. Опишите в логической последовательности этапы моделирования проблемы исследования.

Ответ:

Задание 195.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Социально-экономическое экспериментирование является прикладным методом исследования систем управления. Эксперимент – это научно-организованный опыт с точно учитываемыми и управляемыми условиями (ресурсами, ограничениями и т.п.).

Задание:

1. Раскройте сущность социально-экономического экспериментирования, применяемого в системе управления, его возможности и ограничения.

Ответ:

Задание 196.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что вы – команда консультантов, работающая с крупной компанией розничной торговли, которая испытывает трудности в удержании молодых сотрудников (поколение Z) в своих магазинах. Текучесть кадров среди молодых сотрудников значительно выше, чем среди других возрастных групп, что негативно сказывается на прибыльности и эффективности работы магазинов.

Задание:

1. Определите и обоснуйте ключевую проблему, лежащую в основе высокой текучести кадров среди молодежи в розничной торговле, и сформулируйте исследовательский вопрос, который поможет её решить.

2. Предложите комплексный дизайн исследования, который позволит вам ответить на сформулированный исследовательский вопрос. Опишите (А) тип исследования (качественное, количественное или смешанный метод), (Б) методы сбора данных (например, интервью, опросы, наблюдение, анализ документов), (В) выборку (целевая аудитория, размер выборки, метод формирования выборки), (Г) методы анализа данных (например, тематический анализ, регрессионный анализ). Обоснуйте выбор каждого элемента дизайна исследования.

Ответ:

Задание 197.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы – консультант в консалтинговой фирме. Вам дано следующее задание.

Задание:

1. Раскройте содержание понятия «исследование операций» и приведите примеры применения методов и моделей исследования операций в управлении организацией.

Ответ:

Задание 198.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Учет внутренних взаимосвязей и связей организации с внешней средой приводит к необходимости применения системного подхода. Одним из наиболее популярных методов, реализующих системный подход, является метод морфологического анализа.

Задание:

1. Раскройте особенности метода морфологического анализа и приведите примеры его применения.

2. Раскройте алгоритм метода морфологического анализа.

Ответ:

Задание 199.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Планирование как часть работы менеджера применяется к важным решениям, определяющим дальнейшее развитие фирмы. Планирование исследования систем управления включает в себя определенные этапы.

Задание:

1. Раскройте содержание планирования исследования систем управления и отразите логическую последовательность его этапов.

Ответ:

Задание 200.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Результаты исследований внешней и внутренней среды деятельности компании являются исходными данными для SWOT-анализа и PEST-анализа.

Задание:

1. Сравните SWOT-анализ и PEST-анализ на основе определенных вами критериев, сделайте выводы.

Ответ:

Задание 201.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Стадии разработки плана маркетинга необходимы для систематизации процессов и структурирования действий, что позволяет более эффективно достигать поставленных целей. Они помогают анализировать рынок, оценивать конкурентную среду и формировать стратегии, основанные на данных и исследовательских выводах.

Расставьте стадии разработки плана маркетинга в правильной последовательности, ориентируясь на цели и задачи планирования маркетинговой деятельности организации:

1. Постановка маркетинговых целей.
2. Анализ маркетинговой деятельности.
3. Стадия оперативно-календарного планирования.
4. Разработка стратегического плана маркетинга.
5. Формулирование предположений.
6. Разработка бюджета маркетинга.
7. Разработка альтернативных стратегий и выбор наилучшей.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 202.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Маркетинговое планирование играет ключевую роль в разработке стратегических планов компании, поскольку оно обеспечивает четкое понимание рынка, потребностей клиентов и конкурентных условий. Это позволяет организациям эффективно распределять ресурсы, устанавливать приоритеты и адаптировать свои стратегии для достижения долгосрочных целей.

Соотнесите утверждения, связанные с осуществлением маркетингового планирования, с соответствующими понятиями. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца

Описание понятия		Название понятия	
А	Состязательность, соперничество, напряженная борьба юридических или физических лиц за покупателя (за его деньги), за свое выживание	1	Бренд
Б	Рациональная и эмоциональная оценка потребителями качества предоставляемых услуг и товаров	2	Конкуренция
В	Сознательно формируемый образ товара, услуги, организации, территории, идеи	3	Маркетинговое планирование
Г	Образ марки данного товара (услуги) в сознании покупателя, выделяющий его в ряду конкурирующих	4	Репутация

Д	Разработка нормативов конкурентоспособности организации и выпускаемых ею товаров на основе исследования потребностей, ценностей, товаров и рынков	5	Имидж
		6	Конкурентоспособность

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 203.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Выбор точной комбинации показателей для оценки эффективности маркетинговой стратегии, направленной на повышение лояльности и удержания клиентов, напрямую связан со способностью планировать маркетинговую деятельность, поскольку именно планирование определяет выбор и применение тех самых ключевых показателей эффективности, которые впоследствии будут использоваться для оценки достижения поставленных целей.

Выберите из представленных ниже комбинаций показателей те, которые наиболее точно отражают эффективность маркетинговой стратегии, направленной на повышение лояльности клиентов и удержание их в конкурентной среде.

А. Рост объема продаж и увеличение рекламного бюджета.

Б. Увеличение показателя пожизненной ценности клиента (CLTV) и повышение индекса потребительской лояльности (NPS).

В. Снижение затрат на привлечение новых клиентов и увеличение количества упоминаний бренда в социальных сетях.

Г. Рост числа подписчиков в социальных сетях и увеличение трафика на сайт.

Д. Увеличение доли рынка и снижение числа повторных покупок.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 204.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Эффективное планирование является неотъемлемой частью реализации любой успешной маркетинговой стратегии. Стратегия задает

общее направление и цели, а планирование определяет конкретные шаги, ресурсы и сроки для достижения этих целей.

Компания выходит на высоко конкурентный рынок с традиционным товаром (привычные для целевой аудитории продукты питания). Выберите из представленных ниже стратегий маркетинга наиболее эффективные в условиях высокой конкуренции и способствующие увеличению доли рынка компании.

А. Массовый маркетинг с упором на снижение цен.

Б. Дифференцированный маркетинг с акцентом на уникальные преимущества для разных сегментов.

В. Игнорирование действий конкурентов и продолжение текущей стратегии.

Г. Концентрированный маркетинг, фокусирующийся на узкой нише с высокой лояльностью клиентов.

Д. Непрерывное улучшение продукта и коммуникаций на основе анализа обратной связи и данных о рынке.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 205.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Планирование маркетинговой кампании является прямым отражением способности организации планировать свою маркетинговую деятельность в целом, поскольку успешная кампания невозможна без стратегического видения и четкого определения целей, целевой аудитории и методов достижения желаемых результатов.

Компания «Свежий Ветер» планирует рекламную кампанию нового экологичного стирального порошка. Выберите из представленных ниже комбинаций маркетинговых действий те, которые наиболее эффективно повышают узнаваемость продукта и стимулируют продажи в условиях высокой конкуренции.

А. Массированная телевизионная реклама в прайм-тайм и спонсорство популярных телешоу.

Б. Акции «два по цене одного» в крупных сетевых магазинах и распространение бесплатных образцов продукции в торговых центрах.

В. Таргетированная реклама в социальных сетях для экологически осознанных потребителей и сотрудничество с блогерами, продвигающими «зеленый» образ жизни.

Г. Размещение билбордов в центре города и организация масштабных промо-акций с участием знаменитостей.

Д. Проведение образовательных семинаров о преимуществах экологичной продукции и партнерство с экологическими организациями.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 206.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Анализ микросреды в маркетинговом планировании позволяет компании понять непосредственные факторы, влияющие на её деятельность, такие как конкуренты, поставщики, посредники и потребители. Это знание помогает формировать эффективные стратегии, адаптируя предложения и маркетинговые действия к потребностям и ожиданиям целевой аудитории.

Фирма занимается производством и продажей строительных материалов. В последнее время наблюдается значительный спад оборота, цены на стройматериалы остались на прежнем уровне, а затраты на рекламу были увеличены.

Задание:

1. Как руководитель отдела маркетинга предложите и опишите схему анализа микросреды в сфере действия фирмы.

Ответ:

Задание 207.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Анализ макросреды в маркетинговом и стратегическом планировании позволяет выявить внешние факторы, влияющие на бизнес, такие как экономические, социальные и технологические изменения. Это помогает компаниям адаптировать свои стратегии и принимать обоснованные решения для достижения конкурентных преимуществ и устойчивого роста.

Автомобильная фирма зарегистрировала в последние месяцы значительный спад оборота, хотя цены остались на прежнем уровне, а затраты на рекламу были увеличены.

Задание:

1. Как руководитель отдела маркетинга предложите и опишите схему анализа макросреды в сфере действия фирмы.

Ответ:

Задание 208.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Разрабатывая стратегический план развития, предприятие по пошиву спортивной одежды рассматривает такие варианты стратегии развития:

а) развитие собственного производства, постоянный контроль расходов, новые товары тщательно прорабатываются;

б) разработка новых, дифференцированных видов продукции (пошив не только спортивной одежды, но и сумок, рюкзаков, обуви и т.д.);

в) освоение новых целевых рынков (пошив детской спортивной одежды).

Задание:

1. Как специалист отдела маркетинга определите, какие виды маркетинговых стратегий соответствуют данным стратегиям развития. Свой ответ кратко обоснуйте.

Ответ:

Задание 209.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Стратегическое бизнес-планирование задает вектор развития компании, определяя ключевые цели и ресурсы, в то время как способность к анализу и планированию продвижения продукции обеспечивает тактическую реализацию этих целей, позволяя эффективно донести ценность продукта до целевой аудитории и максимизировать его рыночный успех.

Соотнесите утверждения, связанные с осуществлением стратегического бизнес-планирования, с соответствующими понятиями или процессами

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Описание понятия или процесса		Название понятия или процесса	
А	Программа деятельности и/или развития бизнеса хозяйствующего субъекта, где разрабатываются стратегия и тактика, направленные на достижение целей организации. Бизнес- план основан на потребностях рынка и возможностях получения необходимых производственных ресурсов	1	Бизнес
Б	Инициативная экономическая деятельность хозяйствующих субъектов, осуществляемая за счет собственных и/или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящая главными целями получение прибыли и развитие собственного дела	2	Бизнес-план
В	События, вероятность которых существуют в течении всего периода деятельности организации	3	Инвестиционные бизнес-планы
Г	Программа деятельности хозяйствующего субъекта, охватывающая период 3 – 5 лет, используется для поддержки стратегического плана, содержит более точные определения действий, больше деталей и спецификаций	4	Планирование
Д	Программы деятельности хозяйствующих субъектов, направленные на внедрение инноваций в виде новых технологий, продуктов или выход на рынок с традиционным продуктом. Эти программы осуществляются через новое строительство или	5	Постоянные риски

Описание понятия или процесса		Название понятия или процесса	
	расширение действующих предприятий, либо проведение реконструкции, модернизации, технического перевооружения		
		6	Тактический (среднесрочный) бизнес-план

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 210.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Способность к анализу и планированию продвижения продукции напрямую зависит от знания ключевых терминов стратегического бизнес-планирования, поскольку они обеспечивают основу для принятия обоснованных решений о позиционировании продукта и выборе оптимальных маркетинговых стратегий.

Установите соответствие между основными понятиями стратегического бизнес-планирования и их описаниями (к каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца).

Описание понятия или процесса		Название понятия или процесса	
А	Определение долгосрочных целей и путей их развития	1	Принцип гибкости
Б	Способ решения конкретных задач в различных сферах деятельности	2	Принцип эффективности планов
В	Возможность изменений в результате непредвиденных обстоятельств	3	Принцип согласования по времени
Г	Соизмерение результатов и расходов, связанное с реализацией плана	4	Стратегический план
Д	Необходимость создания взаимосвязанной сети производимых и вспомогательных планов	5	Целевая программа
		6	Постоянные риски

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 211.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Этапы стратегического бизнес-планирования напрямую связаны со способностью к анализу и планированию продвижения продукции, поскольку именно глубокое понимание рынка и конкурентов позволяет

эффективно определять цели продвижения и разрабатывать тактики для их достижения.

Установите правильную последовательность этапов стратегического бизнес-планирования:

1. Постановка стратегических целей.
2. Определение миссии и видения.
3. Анализ внешней и внутренней среды (SWOT-анализ).
4. Реализация и контроль.
5. Разработка стратегии.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 212.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Анализ внешней бизнес-среды критически важен для понимания рыночных тенденций и угроз, что, в свою очередь, напрямую определяет эффективность анализа и планирования продвижения продукции. Способность учитывать внешние факторы позволяет разрабатывать стратегии продвижения, адаптированные к текущим условиям рынка и потребностям целевой аудитории.

Анализ внешней среды при организации бизнес-планирования включает следующую последовательность процедур.

1. Проводится обработка и анализ данных на основе статистических и математических методов.
2. Формулирование основных выводов и оформление результатов исследования.
3. Разрабатывается рабочий инструментарий и процедуры получения данных.
4. Разрабатываются цели и задачи, проводится постановка проблемы.
5.Формируется рабочая гипотеза и система показателей.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 213.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Интеграция ключевых элементов стратегического бизнес-планирования в практическую деятельность предприятия не только обеспечивает более целенаправленное использование ресурсов, но и повышает уровень адаптивности бизнеса к изменениям внешней среды, что критически важно для достижения долгосрочного успеха.

Выберите ключевые элементы стратегического бизнес-планирования.

А. Анализ внешней среды
Б. Определение тактических целей
В. Разработка финансового бюджета
Г. Оценка внутренних ресурсов
Д. Создание рекламной кампании

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 214.

Прочитайте текст, выберите несколько правильных ответов и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

В рамках стратегического анализа и планирования предприятия важным является определение направлений эффективного продвижения товаров и услуг.

Интернет-магазин «Про-офис» занимается онлайн продажей смартфонов, для расширения доли рынка, планирует расширить ассортимент и предложить свой целевой аудитории новый вид гаджетов.

Выберите из предложенных наиболее эффективные способы привлечения целевой аудитории для продвижения нового продукта в интернет-магазине.

А. Запуск контекстной рекламы в VK и Яндекс.
Б. Бесплатные онлайн уроки и консультации.
В. Рассылка спам-емейлов потенциальным клиентам.
Г. Участие в онлайн-выставках и вебинарах.
Д. Создание аккаунта в социальных сетях и регулярная публикация контента.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 215.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Стратегическое планирование заключается в разработке специфического плана действий для развития предприятия, а стратегическое управление — в реализации этого плана.

Компания «АвтоПлан», занимающаяся производством и продажей автомобилей, вышла на рынок в 2014 году. До 2019 года продукция имела средний объем доходов и особо не развивалась, оставаясь на региональном уровне. В 2019 году руководство решилось на реструктуризацию компании и выход на новые рынки продаж в других городах, но такая политика получила довольно отрицательную динамику роста и на протяжении всего года не

давала никаких положительных результатов. Компания «АвтоПлан» снизила количество производимых автомобилей и конвейеры встали. На данном сегменте рынка в более развитых городах, куда стремилась компания существует более мощный конкурент – компания «С», которой требуется открыть производство в данном регионе в центральной части, чтобы увеличить количество продаж и выйти на лидирующие позиции.

Задание:

1. Укажите, какую стратегию можно использовать компании «АвтоПлан» в области стратегического бизнес-планирования.

2. Охарактеризуйте существующую стратегическую концепцию компании.

3. Сделайте общий вывод.

Ответ:

Задание 216.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В рамках стратегического анализа важным является определение стратегических перспектив деятельности компании.

Компания рассматривает возможность выхода на новый рынок, предлагая свою линейку продуктов, ориентированных на молодежную аудиторию. Компания прошла предварительное исследование, и полученные данные указывают на высокий потенциал роста, но также и на значительную конкурентную борьбу.

Ваша задача заключается в разработке стратегического бизнес-плана для выхода на этот рынок.

Задание:

1. Назовите основные характеристики целевой аудитории и выделите ключевые сегменты рынка.

2. Предложите стратегию позиционирования, которая позволила бы выгодно выделиться на фоне конкурентов.

3. Назовите возможные риски при выходе на новый рынок и предложите меры для их минимизации.

Ответ:

Задание 217.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Цена в маркетинговом планировании при продвижении в сети Интернет является ключевым фактором, поскольку она напрямую влияет на прибыльность бизнеса, конкурентоспособность на рынке и восприятие ценности товара или услуги потребителями, а также определяет целевую аудиторию и стратегию продвижения.

Задание:

1. Определите, выгодно ли предприятию снизить цену товара на 100 руб., если текущая цена товара 2600 руб., планируемый объем продаж 1,2 млн. единиц. Показатель эластичности спроса – 1,5. Конкуренты также снизят цены.

Ответ:

Задание 218.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Эффективность рекламы в сети Интернет позволяет оценить возврат инвестиций в рекламные кампании, что помогает компаниям принимать обоснованные решения о распределении ресурсов и оптимизации маркетинговых стратегий для достижения максимальной прибыльности.

Затраты на Интернет-рекламу составили 1500 000 рублей. В результате проведенной рекламной акции объем продаж фирмы за анализируемый период увеличился на 75 000 единиц товара. Цена единицы товара составляет 3000 руб., себестоимость – 2500 руб.

Задание:

1. Определите эффективность Интернет-рекламы.
2. Сделайте вывод.

Ответ:

Задание 219.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Предприятие «EcoGoods» занимается продажей экологически чистых товаров через интернет. В последние годы наблюдается рост конкуренции в этой нише и компания решила провести стратегический анализ для понимания своих возможностей и угроз на рынке, а также разработать план продвижения своей продукции.

Задание:

1. Определите текущее положение компании на рынке по сравнению с конкурентами.
2. Выявите как минимум две стратегии, которые следует использовать для продвижения продукции в интернете, опишите их.
3. Предложите метрики, позволяющие оценить эффективность реализованных стратегий на практике. Опишите минимум две метрики.

Ответ:

Задание 220.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Для осуществления стратегического анализа и планирования продвижения предприятия в сети Интернет необходимо оценить 2 варианта развития событий.

Фирма ежемесячно производит 5000 компьютеров. Чтобы серьезно противостоять конкурентам, ей предстоит сделать выбор:

1) снизить цену на продукцию на 10 %. Тогда прибыль фирмы от продажи каждого компьютера сократится с 300 до 200 у.е.;

2) усилить рекламу в сети Интернет и увеличить сеть сбытовых организаций. При этом рекламные затраты на единицу продукции возрастут со 100 до 150 у.е., а сбытовые — с 50 до 120 у.е.

Задание:

1. Рассчитать доходность по двум вариантам.
2. Принять единственное решение.
3. Сделайте вывод.

Ответ:

Задание 221.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Расположите этапы маркетингового планирования в правильной последовательности. Для каждого этапа дано краткое описание:

1. Целеполагание. На этом этапе формулируются основные параметры плана (определяются ключевые ценности, миссия, цели и задачи).

2. Контроль. На данном этапе излагается порядок контроля за ходом выполнения всего намеченного.

3. Оценка исполнения. В плане важно обозначить метрики, по которым будут оценивать результаты (охват, прибыль, узнаваемость бренда и т.д.)

4. Выбор стратегии (описание ключевых подходов в решениях по всему комплексу маркетингового микса в достижении целей).

5. Ситуационный анализ (предполагает выявление сильных и слабых сторон предприятия).

6. План действий (приступают к решению задач в соответствии с утвержденной «дорожной картой», корректируя шаги в случае форс-мажора).

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 222.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Управление командой проекта при проведении маркетингового тренинга включает в себя эффективное использование функций PR для информирования, мотивации и поддержания позитивного настроя. PR — это стратегия коммуникации с аудиторией, направленная на формирование и поддержание положительного имиджа компании.

К каждой позиции, данной в левой столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца (в соответствиях может быть несколько правильных ответов).

Функции PR		Задачи PR	
А	Коммуникационная функция	1	Обучение сотрудников компании навыкам эффективного общения с клиентами и партнерами
Б	Консультативная функция	2	Управление репутацией компании, контроль над ее восприятием обществом
В	Управленческая функция	3	Установление и поддержание контактов с различными группами общественности
Г	Образовательная функция	4	Предоставление рекомендаций руководству по вопросам взаимодействия с внешними и внутренними аудиториями
		5	Организация пресс-конференций и публикаций в СМИ
		6	Проведение внутренних тренингов и семинаров

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 223.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргумент, обосновывающие выбор ответа.

Бизнес-план — это документ, в котором описаны цели и планы бизнеса, а также способы их достижения, формирующийся командой проекта. Маркетинговое обоснование сквозным образом пронизывает все содержание бизнес-плана и является одной из его несущих конструкций. Выберите наиболее подходящий критерий включения резюме проекта в бизнес-план.

А. Для того чтобы заинтересовать потенциальных инвесторов.
Б. Чтобы предоставить подробное описание всех аспектов бизнеса.
В. Для оценки рисков проекта.
Г. Для анализа конкурентов.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 224.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Маркетинговая система как подсистема организационного управления существует в любой фирме. Работа маркетинговой службы ориентирована на гибкое приспособление всей хозяйственной деятельности предприятия к изменениям экономической ситуации, учет требований потребителей и

сочетает в себе комплексные работы экономического, планирующего, технико-производственного, сбытового и исследовательского характера.

Из нижеперечисленных функций выберите те, которые выполняет служба маркетинга на предприятии. Ответ обоснуйте.

А. Разработка стратегии продаж
Б. Проведение маркетинговых исследований
В. Обеспечение производства сырьем
Г. Анализ конкурентной среды
Д. Организация логистики

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 225.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Любой производитель заинтересован в продаже своей продукции оптовыми партиями. В современных условиях эти функции выполняют дилеры и дистрибьютеры.

На предприятии проводится совещание маркетингового отдела, на котором обсуждается какие преимущества получает производитель от использования дилерской сети. Выберите все подходящие варианты.

А. Экономия на логистике.
Б. Увеличение ассортимента продукции.
В. Улучшение качества продукции.
Г. Доступ к новым рынкам.
Д. Снижение административных расходов.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 226.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь руководителем маркетинговой команды, работающей над запуском нового продукта. У команды возникли трудности в процессе сотрудничества: некоторые члены команды не могут согласовать свои идеи, что приводит к задержкам в проекте. Ваша задача — принять меры для улучшения командной динамики и достижения целей проекта.

Задание:

1. Опишите шаги, которые нужно предпринять для улучшения коммуникации и сотрудничества внутри команды.

2. Кратко охарактеризуйте инструменты, позволяющие мотивировать команду и обеспечивать выполнение поставленных задач.

Ответ:

Задание 227.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

При выборе каналов товародвижения ключевую роль играет умение принятие решений в команде. Каналы товародвижения определяют путь, по которому товары или услуги доходят до конечного потребителя, и правильное их определение может существенно повлиять на успех компании.

Задание:

1. Необходимо определится с выбором канала товародвижения, пользуясь критерием эффективности, исходя из следующих данных:

- канал нулевого уровня: расходы, связанные с содержанием и эксплуатацией собственной розничной торговой сети, составляют 170 тыс. руб.; издержки обращения (оптово-сбытовые и розничные) – 130 тыс. руб.; прибыль от реализации товаров – 555 тыс. руб.
- одноуровневый канал (прямые связи с розничной торговлей): издержки обращения (оптово-сбытовые, транспортные) – 60 тыс. руб.; прибыль от реализации товаров – 120 тыс. руб.
- двухуровневый канал (производитель продает товар оптовому посреднику): издержки обращения (сбытовые) – 70 тыс. руб.; прибыль – 196 тыс. руб.

Ответ:

Задание 228.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что Вы работаете маркетологом на фирме, производящей бытовую технику. Вашей команде необходимо провести исследование рынка перед выпуском нового продукта.

Задание:

1. Опишите целесообразный метод исследования для запуска нового продукта и обоснуйте свой выбор.
2. Укажите как минимум три вопроса, которые считаете нужным задать участникам исследования.

Ответ:

Задание 229.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Работа с возражениями является одним из наиболее сложных этапов управления процессом продажи. Возражения клиента (покупателя) должны быть удовлетворены с целью формирования лояльного отношения к

компании. По статистике в 70 % случаев отношение к организации у клиента останется положительным, если его претензии удовлетворены в полом объеме.

Соотнесите утверждения, связанные с типами возражений, как одного из этапов управления процессом продажи, направленного на формирование лояльного отношение к компании с их характеристикой.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

	Тип возражения		Характеристика
А	Основные	1	Возражения, источником которых является личный опыт клиента или отзывы других клиентов. Возникают подобные возражения, когда цена товара не соответствует его качеству.
Б	Второстепенные	2	Возражения, источником которых является опыт друзей, знакомых или ничем не подкрепленные слухи. Клиент может не знать, хорошо или плохо наличие (отсутствие) в продукте тех или иных функций или качеств, но где-то от кого-то он слышал, что продукт приобретать нежелательно
В	Обоснованные	3	Возражения, которые действительно важны для клиента и возможно удерживают его от совершения покупки. Как правило, они касаются характеристик продукта, стоимости и т.д. Они могут быть основаны на чужом или личном опыте
Г	Необоснованные	4	Возражения, о которых клиент не говорит, что он с чем-либо не согласен, не высказывает свою точку зрения
Д	Скрытые	5	Возражения, которые клиент использует, как отговорку («Спасибо, я подумаю», «У ваших конкурентов в три раза дешевле» и т.д.).
		6	Возражения, которые возникают, когда клиент называет ненастоящую причину отказа и умышленно скрывает истинные мотивы.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 230.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Этапы эффективных продаж - это последовательные шаги, которые руководство организации предпринимает для эффективного управления продажами. Эти этапы направлены на характеристику работы всей организации по подбору решения, оценки проблемы, выборе дальнейшего направления эффективного управления продажами.

Внимательно прочитайте описание каждого этапа. Расположите их в логической последовательности, ориентируясь на решения, которые необходимо подобрать при выборе дальнейшего направления.

1. Формирование команды продаж и мотивации продавцов, направленные на организацию основного бизнес-процесса отдела продаж.
2. Внедрение CRM-системы (от англ. Customer Relationship Management — «управление взаимоотношениями с клиентами») и повышение эффективности работы продавцов.
3. Аудит системы продаж.
4. Контроль и улучшения системы продаж.
5. Организация повторных продаж.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 231.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргумент, обосновывающие выбор.

Продажи компании за отчетный период составили 112500,0 тыс. руб. Планом предусмотрено увеличение продаж до 119500,0 тыс. руб. за счет принятия и реализации решений в сфере оптимизации технологии управления продажами.

Специалисту отдела продаж дано задание рассчитать эффективность решений, если известно, что затраты, связанные с реализацией принятых решений, составят 15500,0 тыс. руб.

А. 50,0%.
Б. 45,2%.
В. 44.8%.
Г. 32,6%.
Д. 100,0%.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 232.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь руководителем отдела продаж в компании, занимающейся поставкой IT-услуг. В вашем отделе работает 10 менеджеров по продажам. Компания планирует расширить свою деятельность на новые рынки и увеличить продажи на 20% в течение следующих шести месяцев.

Однако в последнее время наблюдается снижение мотивации среди сотрудников, что негативно влияет на результаты продаж.

Задание:

1. Назовите как минимум три стратегии для повышения мотивации сотрудников отдела продаж и достижения поставленных целей.

2. Укажите и кратко охарактеризуйте как минимум 3 подхода, которые можно использовать при оценке эффективности работы каждого менеджера по продажам.

Ответ:

Задание 233.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь руководителем отдела продаж в компании, занимающейся поставкой бытовой электроники. В последние месяцы вы заметили, что некоторые сотрудники не достигают своих целевых показателей по продажам, тогда как другие показывают отличные результаты. Вам необходимо проанализировать работу персонала, чтобы выявить причины разницы в результатах и разработать план действий.

Задание:

1. Определите, какие данные необходимо использовать для анализа работы своих сотрудников по продажам.

2. Охарактеризуйте инструменты работы с персоналом, которые улучшат производительности сотрудников.

Ответ:

Задание 234.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь руководителем отдела продаж в компании, занимающейся поставкой медицинского оборудования. В последние три месяца наблюдается снижение продаж, и компания требует от вас проанализировать ситуацию и принять меры для улучшения результатов.

Объем продаж за последние три месяца: 500 000 руб., 420 000 руб., 380 000 руб.

Среднее количество новых клиентов в месяц: 5-7.

Коэффициент конверсии лидов в продажи: 15%.

Среднее время обработки одного лида: 3 дня.

Задание:

1. Проанализируйте причины снижения продаж и определите основные проблемы в работе отдела продаж.

2. Разработайте план действий для улучшения результатов продаж и повышения эффективности отдела.

Ответ:

Задание 235.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «ЭкоТех», занимающаяся производством и продажей экологически чистых бытовых товаров, сталкивается с ухудшением продаж в последнем квартале. Анализ данных показал, что конкуренты внедрили агрессивные рекламные кампании и уменьшили цены на свои товары.

Задание:

1. Разработайте основные направления стратегии для повышения продаж «ЭкоТех».

2. Обоснуйте свой выбор.

Ответ:

Задание 236.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Предприятие «Веста» изготавливает производственное оборудование Специалисты предприятия знают, что работают прежде всего ради прибыли, а прибыль – это продажи. Чтобы достичь хороших результатов, нужна четкая цель. В последнее время сложилась на предприятии ситуация, когда менеджеры не знают, сколько конкретно продаж нужно закрыть в определенный срок, они работают ради работы, а не ради цели. Необходимо изменить подход к сложившейся ситуации и предложить обязательный инструмент развития и управления бизнесом, который даст возможность получать прибыль в запланированном размере путем увеличения объемов реализации и эффективным управлением продаж, и будет способствовать обеспечению росту прибыли и высокую мотивацию сотрудников.

Вы назначены главным специалистом по разработке эффективного управления продажами.

Задание:

1. Проанализируйте ситуацию и предложите план мероприятий по разработке эффективного плана продаж. Он должен состоять как минимум из трех частей, и каждая часть должна включать как минимум три подпункта с конкретными предложениями.

2. Сделайте общий вывод.

Ответ:

Задание 237.

Прочитайте текст, выберите несколько правильных ответов и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Показатели продаж - это точки данных, которые позволяют отслеживать индивидуальные, командные и организационные показатели продаж и необходимы для эффективного управления эффективностью продаж.

Ключевые показатели эффективности продаж (KPI) это конкретные показатели продаж, связанные с одной или несколькими общекорпоративными целями, приоритетами и задачами, которые используются для мониторинга эффективности работы отдела продаж и общего состояния бизнеса.

Из нижеперечисленных показателей выберите лучшие KPI продаж, которые позволят продавцам выполнять свою работу наилучшим образом, будут зависеть от их конкретных целей и обоснуйте свой выбор:

А. Средняя цена покупки.
Б. Темп роста продаж за 1 месяц.
В. Коэффициент конверсии лидов.
Г. Создание возможности продажи.
Д. Средняя продолжительность цикла продаж.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 238.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Стратегия — это общий план действий, который помогает сформулировать и добиться долгосрочных целей и пути их достижения. Выбор стратегии зависит от грамотного руководства, координации и мотивации участников проекта. Цель любого предприятия – получение прибыли.

На рынке существует неоднородность покупательского спроса. Выход на рынок у предприятия не ограничен, а средняя минимальная цена продаж – 6 000 руб. за единицу при производстве 25 ед. и 3 000 руб. при производстве 45 ед. Для производства и поставки на рынок улучшенной модели товара потребуется дополнительно 10 000 руб. В товаре заинтересованы 40 покупателей. Половина покупателей чувствительна к уровню цены и желает получить товар лучшего качества, даже если придется платить по 6 000 руб. Другая половина чувствительна к цене и хочет приобрести базовую модель, но не дороже 2 500 руб.

Задание:

1. Рассчитайте цену для базовой и улучшенной модели товара.
2. Напишите какую стратегию нужно выбрать предприятию при неравномерном спросе на взаимозаменяемые товары и обоснуйте свой выбор.

Ответ:

Задание 239.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В целях эффективного подхода к управлению продажами и формирования каналов сбыта на основе сегментарного подхода к рынку

предприятие при продаже продукции ориентируется на два сегмента рынка. В первом сегменте объём продаж в прошлом периоде составил 8 млн. шт. при ёмкости рынка в этом сегменте 24 млн. шт. Предполагается, что в настоящем году ёмкость рынка в этом сегменте возрастет на 2%, доля фирмы – на 5 %. Во втором сегменте доля предприятия составляет 6%, объём продаж – 5 млн. шт. Предполагается, что ёмкость рынка возрастет на 14% при сохранении доли предприятия в этом сегменте.

Задание:

1. Определите долю предприятия с учетом продаж предприятием в первом сегменте, если ёмкость рынка в этом сегменте составляет 24 млн. шт. продукции.

2. Рассчитайте каков будет объём продаж в настоящем году, если ёмкость рынка в 1 сегменте возрастет на 2%.

3. Определите объём продаж в 1 сегменте, учитывая, что ёмкость рынка в 1 сегменте возросла на 2%, а доля предприятия увеличится на 5%.

4. Рассчитайте ёмкость рынка во втором сегменте, если доля предприятия составляет 6%, объём продаж – 5 млн. шт., и ёмкость рынка возрастет на 14%.

5. Определите объём продаж в 2 сегменте с учетом того, что доля предприятия в этом сегменте сохранится и останется равной 6%. В целях эффективного подхода к управлению продажами определить объём продаж предприятия в текущем году при имеющихся условиях.

6. Сделайте вывод и предложите предприятию сегмент, в котором продажи будут наиболее эффективны.

Ответ:

Задание 240.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Предприятие производит и реализует мужские костюмы, переменные затраты на единицу изделия составляю 5000 руб. Костюм продается по цене 7500 руб., постоянные затраты составляют 800000 руб. Какое количество изделий предприятие должно продать, чтобы обеспечить 500000 руб. прибыли?

Задание:

1. Определить величину маржинального дохода.

2. Рассчитать удельный маржинальный доход.

3. Определить необходимое количество реализуемых изделий для получения планируемой прибыли.

Ответ:

Задание 241.

Прочитайте текст и установите соответствие.

В современном конкурентном рынке территориальный брендинг становится все более важным для привлечения туристов, инвесторов и повышения экономического потенциала регионов.

Установите соответствие понятий и процессов при разработке бренда территории в рамках маркетинговых программ развития. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:

Понятие		Процесс	
А	Идентификация	1	Исследование рынка
Б	Позиционирование	2	Ключевые сообщения
В	Целевая аудитория	3	Конкурентный анализ
Г	Логотип	4	Креативный подход
Д	Маркетинговые инструменты	5	Уникальное торговое предложение
		6	Брендинг
		7	Социальные медиа
		8	Разработка контента

Запишите выбранные буквы под соответствующими цифрами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 242.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Разработка бренда как часть реализации маркетинговых программ развития территории включает несколько этапов. Поставьте следующие этапы в правильную последовательность:

1. Определение территориальных границ. Нужно уточнить географию работы.

2. Визуализация. С опорой на стратегию позиционирования разрабатываются визуальные и вербальные атрибуты бренда места: фирменный стиль, логотип, слоган.

3. Создание позиционирования. Концепция позиционирования опирается на уникальную особенность места. В ходе исследования выявляют отличительные черты территории в природе, архитектуре, истории, производимых продуктах. На основе этого формируется платформа, на которой будет строиться бренд.

4. Оценка эффективности продвижения бренда. Нужно оценить, насколько удалось достичь целевых показателей, которые были заложены на этапе создания проекта бренда.

5. Продвижение и управление брендом. На этом этапе формируются каналы продвижения бренда территории, разрабатываются инструменты поддержки и развития бренда на среднесрочную и долгосрочную перспективу.

6. Определение целей. Важно чётко сформулировать, чего нужно достичь с помощью бренда территории, например, увеличить туристический поток или привлечь инвестиции в регион.

Запишите соответствующую последовательность букв слева направо:

Задание 243.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Выберите из следующих факторов тот, который является наиболее важным для формирования успешного бренда территории:

А. Наличие исторических памятников.
Б. Развитая инфраструктура.
В. Уникальные культурные традиции.
Г. Привлекательные природные ландшафты.
Д. Эффективное управление и маркетинг территории.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 244.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Выберите из предложенных инструментов те, которые являются ключевыми для успешной разработки и реализации маркетинговых программ и брендинга территории.

А. Email-маркетинг.
Б. Проведение маркетинговых продукта.
В. Разработка стратегии продвижения в социальных сетях.
Г. Организация культурных мероприятий и фестивалей.
Д. Создание официального сайта территории.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 245.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В вашу компанию «Маркетинг и консалтинг» обратились с заказом о разработке бренда: город Псков решил разработать новый бренд для повышения своей привлекательности среди туристов и инвесторов.

Задание:

1. Опишите какие ключевые процессы и инструменты маркетинга необходимо использовать для создания успешного бренда.

2. Как они могут способствовать привлечению туристов и инвесторов?

Ответ:

Задание 246.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Город Макеевка решил сформировать и закрепить свой бренд для повышения привлекательности среди туристов и инвесторов. Ваша задача, как руководителя данного проекта, разработать ключевые этапы формирования и закрепления бренда территории, а также определить инструменты маркетинга, которые можно использовать для достижения этих целей.

Задание:

1. Опишите этапы формирования бренда.

2. Объясните этапы и инструменты маркетинга для закрепления бренда.

Ответ:

Задание 247.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В современном мире брендинг города становится важнейшим инструментом для повышения его конкурентоспособности и привлекательности. Создание уникального имиджа города позволяет не только привлечь туристов, но и привлечь инвесторов, стимулировать местное развитие и повысить качество жизни жителей. Процесс создания бренда города включает в себя комплексный подход, который предполагает глубокое понимание местной культуры, истории и потенциала, а также использование современных маркетинговых инструментов.

Задание:

1. Опишите процесс создания бренда города, включая ключевые этапы

2. Включите в этапы создания бренда методы исследования, инструменты маркетинга и стратегические подходы.

3. Обозначьте как эти элементы могут способствовать формированию уникального имиджа города и привлечению туристов и инвесторов.

Ответ:

Задание 248.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Город Санкт-Петербург решил оценить эффективность своего бренда и разработать новые стратегии для повышения его привлекательности среди

туристов и инвесторов. Для этого необходимо проанализировать текущее состояние бренда, используя различные методы оценки и инструменты комплекса маркетинга.

Задание:

1. Опишите методы оценки и инструменты комплекса маркетинга, которые можно использовать для анализа эффективность бренда города.

2. Опишите показатели, которые могут служить индикаторами успешности бренда.

3. Напишите, как результаты анализа могут повлиять на дальнейшие стратегии продвижения.

Ответ:

Задание 249.

Прочитайте текст и установите соответствие.

В современном маркетинге креативные рекламные технологии играют ключевую роль в привлечении внимания аудитории и повышении эффективности рекламных кампаний. Различные технологии и подходы позволяют создавать инновационные и запоминающиеся рекламные сообщения, которые могут существенно повысить узнаваемость бренда и стимулировать продажи.

Установите соответствие между креативными рекламными технологиями и их описаниями. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Понятие		Описание	
А	Виртуальная реальность (VR)	1	Использование игровых элементов в неигровых контекстах для повышения вовлеченности пользователей.
Б	Дополненная реальность (AR)	2	Создание погружающего опыта, позволяющего пользователям взаимодействовать с виртуальной средой.
В	Геймификация	3	Метод, при котором две версии рекламного материала сравниваются для определения более эффективной.
Г	Сторителлинг	4	Использование популярных личностей для продвижения продуктов и услуг через их каналы.
Д	Инфлюенсер-маркетинг	5	Интеграция цифровых элементов в реальный мир через мобильные устройства для улучшения пользовательского опыта.
Е	А/Б-тестирование	6	Создание историй для передачи сообщения бренда и формирования эмоциональной связи с аудиторией.
		7	Помогает установить более глубокую связь между брендом и его аудиторией, что может привести к повышению лояльности и увеличению продаж

Запишите выбранные буквы под соответствующими цифрами:

А	Б	В	Г	Д	Е

Задание 250.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Управление творческим коллективом при разработке маркетинговых программ требует структурированного подхода для достижения максимальной эффективности и креативности. Каждый этап управления коллективом имеет свое значение и должен следовать логической последовательности для обеспечения успешной реализации проекта.

Установите правильную последовательность этапов управления творческим коллективом при разработке маркетинговых программ. Запишите этапы в порядке их выполнения.

1. Генерация идей и концепций.
2. Создание вдохновляющей рабочей среды.
3. Определение целей и задач проекта.
4. Формирование команды.
5. Обратная связь и анализ результатов.
6. Разработка и реализация маркетинговой программы.
7. Оценка и отбор идей.

Запишите соответствующую последовательность букв слева направо:

Задание 251.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Предприятие выстраивает стратегии развития с учетом факторов внешней и внутренней Разработка и реализация успешной маркетинговой кампании требует тщательного выбора тех особенностей креатива и зрелищности, которые могут наиболее эффективно передать сообщение бренда и стимулировать желаемые действия со стороны целевой аудитории.

Выберите из предложенных самые важные при разработке и реализации маркетинговой программы особенности креатива и зрелищной рекламы.

А. Долговечность рекламного материала.
Б. Четкость сообщения.
В. Использование сложных технических решений.
Г. Эмоциональная вовлеченность аудитории.
Д. Уникальность и оригинальность идеи.

Е. Способность к вирусному распространению.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 252.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Руководство предприятия по пошиву одежды ООО «Мода-Ко» решило применить в своей маркетинговой деятельности современные рекламные технологии для расширения сегмента и охвата новых целевых аудиторий. Предприятие выстраивает стратегии развития с учетом факторов внешней и внутренней

Выберите из следующих креативных рекламных технологий те, которые могут эффективно использоваться при реализации маркетинговой программы.

А. Виртуальная реальность (VR).
Б. Мобильные приложения с дополненной реальностью (AR).
В. Традиционная печатная реклама.
Г. Геймификация.
Д. Инфлюенсер-маркетинг.
Е. Событийный маркетинг.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 253.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Телеком» решила разработать новую маркетинговую стратегию для запуска инновационного продукта. Для этого необходимо интенсифицировать творческое мышление команды, чтобы придумать уникальные и эффективные идеи.

Задание:

1. Опишите средства, которые можно использовать для интенсификации творческого мышления.
2. Объясните, как они могут помочь команде разработать инновационные маркетинговые решения.

Ответ:

Задание 254.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Р-ФОН» решила использовать креативные рекламные технологии для реализации маркетинговой программы по продвижению

нового смартфона. Последовательность этапов использования креативных рекламных технологий является важной для достижения маркетинговых целей и повышения эффективности рекламы.

Задание:

1. Опишите последовательность этапов использования креативных рекламных технологий при реализации маркетинговых программ.

2. Объясните, как каждый этап способствует достижению целей кампании и повышению эффективности рекламы.

Ответ:

Задание 255.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Алтай» решила разработать новую маркетинговую программу для запуска инновационного продукта. Вас поставили возглавлять данный проект. Успешная реализация данного проекта зависит от ваших сотрудников. Для выполнения проекта необходимо сформировать творческий коллектив и обеспечить его эффективное управление.

Задание:

1. Опишите ключевые аспекты управления творческим коллективом при разработке маркетинговой программы.

2. Опишите как эффективное руководство может способствовать креативности, сотрудничеству и достижению целей проекта.

Ответ:

Задание 256.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Р-ФОН» решила разработать новую маркетинговую программу для запуска инновационного смартфона. Для этого необходимо использовать креативные рекламные технологии, которые помогут бренду выделяться на фоне конкурентов, эффективно взаимодействовать с аудиторией и повышать эффективность рекламных кампаний.

Задание:

1.Опишите как креативные рекламные технологии влияют на эффективность компании.

2.Проанализируйте креативные рекламные технологии, используемые в современном маркетинге при разработке и реализации маркетинговых программ.

3.Как эти технологии помогают брендам выделяться на фоне конкурентов, взаимодействовать с аудиторией и повышать эффективность рекламных кампаний?

Ответ:

Задание 257.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Вы проходите преддипломную практику в рекламном агентстве. Команда рекламного агентства получила заказ на разработку маркетинговой программы для нового инновационного фитнес-браслета «PulseUp», который отслеживает не только физическую активность, но и уровень стресса, качество сна и дает персонализированные рекомендации по улучшению самочувствия.

Выберите из следующих техник рекламного конструирования те, которые являются специальными и могут эффективно использоваться при разработке маркетинговой программы.

А. Сторителлинг.
Б. Метод «мозгового штурма».
В. А/Б-тестирование.
Г. Позиционирование.
Д. Эмоциональный маркетинг.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 258.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите преддипломную практику в качестве менеджера по туризму в небольшом, но перспективном городе. Город обладает уникальным историческим наследием, живописной природой и активно развивающейся инфраструктурой. Однако, туристический поток пока оставляет желать лучшего.

Вам необходимо разработать краткосрочную стратегию повышения привлекательности города для туристов.

Задание:

1.Определите три ключевых преимущества города, которые могли бы привлечь туристов.

2. Выделите три целевые группы туристов как наиболее перспективные для города.

3. Какой из инструментов комплекса маркетинга наиболее эффективно способствует продвижению города как туристической дестинации? Объясните свой выбор.

Ответ:

Задание 259.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что в рамках прохождения преддипломной практики, вы – команда маркетологов, работающая над запуском стартапа «ЭкоЗерно», специализирующегося на органических злаковых продуктах, уникальных рецептах и сотрудничеством с местными производителями. Рынок насыщен, конкуренция высока. Необходимо разработать маркетинговый план, который выделит «ЭкоЗерно» среди конкурентов и привлечет целевую аудиторию (молодые семьи, заботящиеся о здоровом питании).

Задание:

1. Выделите уникальные ценностные предложения «ЭкоЗерно», которые могут заинтересовать целевую аудиторию.

2. Предложите три нестандартных канала продвижения продукции «ЭкоЗерно» (помимо традиционных социальных сетей и рекламы).

3. Какие из следующих средств могут способствовать интенсификации творческого мышления при разработке маркетингового плана: метод мозгового штурма, SCAMPER, метод Дельфи, ментальные карты. Объясните ответ.

Ответ:

Задание 260.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представим следующую ситуацию при прохождении преддипломной практики: администрация города рассматривает возможности для продвижения своей территории с целью привлечения инвестиций и увеличения туристического потока. Для этого она должна определить, какие инструменты маркетинга будут наиболее эффективны. Вот три вопроса, которые помогут в принятии решения:

Задание:

1.Опишите какие из инструментов комплекса маркетинга наиболее эффективно способствуют продвижению территории (города, региона) для привлечения инвестиций и туристов.

2.Опишите факторы, которые необходимо учитывать при выборе маркетинговых инструментов для привлечения инвесторов.

3. Обоснуйте аспекты территории, которые следует подчеркнуть в рекламных кампаниях, чтобы привлечь больше туристов.

Ответ:

Задание 261.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Инструменты интернет-маркетинга - различные программы, платформы и технологии, которые помогают компаниям продвигать свои продукты и услуги в интернете. В таблице представлены основные категории инструментов интернет-маркетинга. Установите соответствие между описанием и наименованием инструмента интернет-маркетинга.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:

Описание инструмента		Наименование инструмента	
А	Отправка рекламных сообщений на электронные почты пользователей	1	SEO (Search Engine Optimization)
Б	Использование социальных сетей для продвижения	2	PPC (Pay per Click)
В	Создание и распространение ценного контента для привлечения аудитории	3	Email-маркетинг
Г	Реклама, где платите за каждый клик на Ваше объявление	4	SMM (Social Media Marketing)
		5	Контент-маркетинг

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 262.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь менеджером по интернет-маркетингу в компании, занимающейся продажей электронных книг. Компания планирует запустить новую серию книг и хочет использовать интернет-каналы для ее продвижения. В вашем распоряжении есть бюджет в 50 000 руб. на маркетинговые кампании.

Целевая аудитория: любители чтения в возрасте от 18 до 45 лет.

Предыдущие маркетинговые кампании показали среднюю эффективность, с коэффициентом конверсии около 1,5%.

Доступные каналы: социальные сети, электронная почта, контекстная реклама.

Задание:

1. Разработайте стратегию распределения бюджета между доступными интернет-каналами для продвижения новой серии книг.

2. Опишите конкретные маркетинговые тактики, которые вы бы применили в каждом канале для увеличения коэффициента конверсии.

Ответ:

Задание 263.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь менеджером по интернет-маркетингу в компании, занимающейся продажей экологически чистых продуктов для дома. Компания планирует запустить новую линию продуктов и хочет использовать интернет-каналы для ее продвижения. В вашем распоряжении есть бюджет в 120 000 руб. на маркетинговые кампании.

Данные:

Целевая аудитория: экологически сознательные потребители в возрасте от 25 до 45 лет.

Предыдущие маркетинговые кампании: показали среднюю эффективность, с коэффициентом конверсии около 1,8%.

Доступные каналы: социальные сети, электронная почта, контекстная реклама, блог на сайте компании.

Задание:

1. Разработайте систему маркетинговых коммуникаций для продвижения новой линии продуктов с использованием интернет-каналов.

2. Опишите конкретные маркетинговые тактики, которые вы бы применили в каждом канале для увеличения коэффициента конверсии и вовлечения целевой аудитории.

Ответ:

Задание 264.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «XYZ» решила вывести на рынок новый продукт — инновационный фитнес-трекер, который предлагает уникальные функции, такие как мониторинг состояния здоровья в реальном времени и интеграция с мобильными приложениями. Для успешного продвижения этого продукта необходимо разработать и внедрить эффективную рекламную кампанию в интернете.

Задание:

1. Опишите процесс разработки и внедрения новой рекламной кампании в интернете для продвижения продукта.

2. Обоснуйте необходимость оценки эффективности рекламной кампании.

Ответ:

Задание 265.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Кросс-культурные факторы играют ключевую роль в эффективной коммуникации, так как они влияют на восприятие, интерпретацию и реакцию участников общения. Понимание культурных различий помогает избежать недопонимания и способствует более продуктивному взаимодействию между людьми из разных культур.

Выберите из нижеперечисленных факторов те, которые наиболее важны для успешного кросс-культурного маркетинга.

А. Использование универсального языка в рекламе.

Б. Понимание культурных различий и адаптация маркетинговых стратегий.

В. Применение одних и тех же рекламных материалов во всех странах.
Г. Снижение цен на продукцию для всех рынков.
Д. Увеличение бюджета на рекламу в зарубежных странах.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 266.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Выберите из нижеперечисленных факторов те, которые являются основными кросс-культурными барьерами и могут повлиять на эффективность маркетинговой стратегии в международной среде?

А. Различия в языках
Б. Разные предпочтения в цветах
В. Разные форматы упаковки
Г. Разные уровни дохода
Д. Разные культурные ценности

Ответ:
Обоснование выбора

Задание 267.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Кросс-культурные маркетинговые коммуникации играют ключевую роль в международном бизнесе, обеспечивая эффективное взаимодействие между компаниями и потребителями из разных культур. Они помогают адаптировать маркетинговые стратегии и сообщения к уникальным культурным контекстам, что способствует повышению доверия и лояльности клиентов на глобальном рынке.

Компания «Global Snacks» решила выйти на рынок Японии с продуктом — чипсами со вкусом курицы терияки. Перед запуском они провели исследование, чтобы понять, как лучше адаптировать свою маркетинговую стратегию к японской культуре.

Задание:

1. Охарактеризуйте значение понимания местной культуры для успешного маркетинга в Японии.

2. Опишите нюансы, которые нужно учитывать разрабатывая упаковку, продумывая рекламные сообщения и разрабатывая каналы распространения продукции «Global Snacks» при адаптации для японского рынка.

Ответ:

Задание 268.

Прочитайте текст и установите последовательность.

При осуществлении рекламной кампании на международном уровне необходимо правильно организовать данный процесс.

Укажите правильный порядок действий для успешной реализации международной рекламной кампании.

1. Создание рекламных материалов.
2. Адаптация контента для различных культур.
3. Исследование целевых рынков.
4. Запуск кампании.
5. Разработка рекламной стратегии.
6. Оценка результатов и корректировка стратегии.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 269.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Проанализируйте роль инструментов маркетинговых коммуникаций в продвижении бренда Nescafé на международном рынке.

Задание:

1. Приведите конкретный инструмент маркетинговых коммуникаций, который использует Nescafé для адаптации своего бренда к различным культурным контекстам.
2. Укажите минимум три метрики, которые использует Nescafé для оценки эффективности маркетинговых усилий.

Ответ:

Задание 270.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Во многом средства массовой информации и коммуникации влияют на потребительские предпочтения, отсюда следует полагать, что, если использовать одну и ту же рекламную политику на разных зарубежных рынках, не учитывая при этом культурные особенности этих рынков, то может произойти образование «сходящихся общностей» всемирных потребностей и желаний. Существует множество компаний, которые продают относительно стандартизованный продукт по всему миру.

Задание:

1. Опишите, как средства массовой информации и коммуникации влияют на потребительские предпочтения на международном уровне.
2. Приведите как минимум три примера компаний, которые успешно продвигают стандартизированные продукты на международных рынках.

3. Приведите по два примера потенциальных выгод и рисков, которые могут возникнуть при использовании стандартизированной рекламной политики на разных зарубежных рынках.

Ответ:

Задание 271.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

В современном мире реклама и связи с общественностью играют ключевую роль в успехе бизнеса и организации. Эффективные кампании помогают не только привлечь внимание к продуктам и услугам, но и формируют положительный имидж компании в глазах общественности. Понимание основ организации и проведения рекламных кампаний, а также навыков взаимодействия с аудиторией, является необходимым для достижения поставленных целей.

Выберите из следующих элементов тот, который является наиболее важным при разработке эффективной рекламной кампании.

А. Выбор цветовой схемы для рекламных материалов
Б. Определение целевой аудитории
В. Разработка слогана
Г. Выбор места размещения рекламы
Д. Создание веб-сайта для кампании

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 272.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Планирование кампании по связям с общественностью (PR) – это ключевой процесс, который помогает организациям эффективно взаимодействовать со своей аудиторией, формировать положительный имидж и управлять репутацией.

Выберите из перечисленных ниже элементов те, которые являются основными этапами проведения PR-кампании.

А. Определение целевой аудитории.
Б. Составление бюджета.
В. Ребрендинг компании.
Г. Выбор инструментов PR.
Д. Проведение финансового анализа.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 273.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Крупный производитель кофе принял решение вывести свои марки кофе на рынки южных стран. Маркетинговые исследования показали, что для населения данных стран характерно следующее: жители рассматриваемых территорий сосредоточены в крупных перенасыщенных транспортом городах и испытывают постоянные стрессы. Температура воздуха в южных странах достигает до 40 градусов жары.

Задание:

1. Принимая во внимание полученную информацию, выскажите мнение о целесообразности использования рекламы, подчёркивающей вкус, аромат и стимулирующие жизненную активность свойства кофе.

2. Перечислите четыре фактора, которые необходимо учесть при разработке рекламной кампании.

3. Обоснуйте выбор каждого фактора.

Ответ:

Задание 274.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Liquid Death – обычная или газированная горная вода в алюминиевой банке с изображением черепа и надписью «Убей свою жажду». Упаковка из 12 банок стоит около 1200 рублей. Компания делает акцент на том, что алюминиевые банки на 70% состоят из переработанного сырья. 1% от стоимости с каждой проданной банки стартап перечисляет некоммерческим организациям, которые борются за сокращение пластиковых отходов и пытаются обеспечить доступ к чистой воде людям по всему миру.

Задание:

1. Опишите целевую аудиторию этого проекта, используя демографические критерии (выделите три основных показателя).

2. Опишите целевую аудиторию этого проекта, используя психографические критерии (выделите три основных показателя).

3. Сделайте вывод.

Ответ:

Задание 275.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Product Placement (PP) является самостоятельным коммуникационным инструментом. Выбор сферы применения PP для продвижения конкретной марки зависит от целей коммуникации, целевой аудитории, охвата средствами PP целевой аудитории, времени воздействия, выделяемого бюджета на продвижение, специфических особенностей средств PP.

Соотнесите характеристики, связанные с этими особенностями, с соответствующими понятиями. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Название		Характеристика	
А	PP в кино, сериалах, на ТВ	1	Доверие к этому каналу коммуникации максимально, т. к. информация доносится до целевой аудитории через экспертов, известных людей и т. п. Этот вид PP позволяет воздействовать на профессионалов, причем достаточно оперативно.
Б	PP в книгах	2	Позволяет коммуницировать с аудиторией, которую сложно достичь другими способами, например, с подростками. Для таких проектов также характерен длительный срок реализации.
В	PP в компьютерных играх	3	Период воздействия характеризуется высокой длительностью. Фактический срок жизни PP равен сроку жизни самого проекта, поэтому за счет однократного размещения рекламодатель может охватить миллионы потенциальных покупателей, причем навсегда. В этом случае многократные контакты целевой аудитории с рекламируемым объектом обеспечены. Срок реализации проекта велик – от полугода до нескольких лет, т. е. PP нельзя отнести к оперативным методам коммуникации.
Г	PP на радио	4	Характеризуется лучшей запоминаемостью и более длительным сроком воздействия, т. к. произведения читают и много лет спустя после выхода, к любимому произведению можно неоднократно возвращаться. Срок реализации PP-проектов составляет от двух месяцев до года.
Д	Event PP.	5	Преднамеренное размещение в кадре того или иного продукта с целью показать его с выгодной для потребителя стороны.
		6	Дешевле прямой рекламы и реализуется сразу после утверждения необходимых текстов и графика оплаты. Он дает возможность более воздействовать на мужскую аудиторию, отлично комбинируется с проведением разного рода розыгрышей призов и конкурсов.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 276.

Прочитайте текст и установите последовательность.

В Product Placement (PP) есть составляющие, благодаря которым возможным становится отнесение этой технологии к социально-коммуникативной. Процесс производства и распространения PP состоит из определенного ряда действий, исходя которого, выбирается конкретного произведение, согласуются цели и возможности, которые доступны для заказчика. В итоге происходит непосредственная реализация PP.

Расставьте в правильной последовательности алгоритм применения технологии продакт-плейсмент:

1. Поиск подходящих площадок для размещения рекламы (сериалы, фильмы, шоу, блоги, социальные сети).
2. Определение целей и задач кампании.
3. Согласование условий сотрудничества с площадкой (цена, сроки, условия размещения).
4. Подготовка рекламных материалов (логотип, описание продукта, сценарий использования).
5. Выбор каналов продвижения (ТВ, кино, интернет, печатные издания).
6. Анализ результатов кампании и корректировка стратегии при необходимости.
7. Контроль качества размещения и соблюдение законодательства.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 277.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания EnergyBoost, производитель энергетических напитков, заключила контракт на Product Placement (PP) во время трансляций Чемпионата Мира по футболу. Продукт активно демонстрировался на рекламных щитах вокруг поля и в руках у тренеров.

Задание:

1. Опишите эффективна ли выбранная площадка для продвижения EnergyBoost.
2. Предложите три метрики, которые можно использовать для оценки эффективности Product Placement кампании EnergyBoost на Чемпионате Мира.
3. Предложите три направления улучшения для будущих кампаний Product Placement EnergyBoost.

Ответ:

Задание 278.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Вы проходите преддипломную практику, вам задан вопрос: «Какой из следующих инструментов интернет-маркетинга наиболее эффективен для увеличения видимости сайта в поисковых системах? Поясните, почему Вы выбрали именно этот инструмент и как он влияет на видимость сайта».

А. Социальные сети.

Б. Email-маркетинг.
В. Поисковая оптимизация.
Г. Контекстная реклама.
Д. Баннерная реклама.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 279.
Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В рамках прохождения преддипломной практики вы приняты стажером-маркетологом в компанию, которая собирается запустить новый продукт - экологически чистое моющее средство.

Задание:

1. Опишите основные характеристики целевой аудитории (возраст, пол, интересы, поведение).

2. Перечислите три канала интернет-продвижения, обоснуйте кратко выбор каждого канала с точки зрения целевой аудитории и особенностей продукта.

Ответ:

Задание 280.
Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что вы проходите преддипломную практику в международной компании, которая планирует запустить новый продукт — органические закуски для здоровья. Продукт будет продаваться в Японии и Бразилии. Каждая из этих стран имеет свои уникальные культурные особенности и предпочтения в отношении питания.

Ваша задача — разработать краткую стратегию маркетинга для запуска продукта в каждой стране. Учитывайте культурные различия, предпочтения потребителей и возможные барьеры для входа на рынок.

Задание:

1. Перечислите культурные аспекты, которые вы должны учитывать при разработке маркетинговой стратегии для каждой страны.

2. Предложите пути адаптации сообщения о продукте для каждой страны.

3. Предложите каналы продвижения для каждой страны, учитывая ее кросс-культурные особенности.

Ответ:

Задание 281.
Прочитайте текст и установите соответствие.

Маркетинговые исследования и разработка на их основе маркетинговых стратегий неразрывно связаны со сбором, обработкой и анализом информации.

Установите соответствие понятий и процессов методов сбора маркетинговой информации. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Название		Характеристика	
А	Панель	1	Научно организованный сбор и использование информации, предназначенной для удовлетворения информационно-аналитических потребностей маркетинга
Б	Эксперимент	2	Получение первичной информации от респондента путем выявления мнения или действий респондента
В	Наблюдение	3	Позволяют выявить потребности, мнения и мотивы потребителей. Здесь подразумевается прямой контакт с покупателями: опросы, голосование, интервью, анкетирование и т. д.
Г	Опрос	4	Группа из 6–10 человек проводит анализ продукта и активно участвует в обсуждении его характеристик с модератором
Д	Фокус-группа	5	Метод сбора первичной информации путем активного вмешательства исследователя в определенные процессы с целью установления взаимосвязи между событиями
		6	Специально организованное выборочное исследование отдельных лиц, организаций и предприятий. Группа лиц или предприятий, отобранных с помощью выборочного метода систематически или периодически дает ответы на вопросы исследователя в определенное время и по установленной структуре

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 282.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Стратегический маркетинговый анализ – это одна из функций стратегического менеджмента, включающая в себя всесторонний анализ факторов внешней и внутренней среды. Комплексный стратегический анализ, включает различные аналитические действия, выполняемые менеджерами.

Расставьте в правильной последовательности алгоритм проведения стратегического маркетингового анализа.

1. Построение стратегии.
2. Определение целей.
3. Реализация стратегии.
4. Оценка и контроль.
5. Сбор и анализ информации.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 283.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающий выбор.

Формирование маркетинговой стратегии начинается с анализа рынка и потребителей.

Выберите из предложенных методов тот, который наиболее эффективен для выявления скрытых мотивов потребителей при выборе товара.

А. Опрос.
Б. Эксперимент.
В. Фокус-группа.
Г. Анализ вторичных данных.
Д. Наблюдение.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 284.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания планирует вывести на рынок новый продукт – умные часы с расширенным функционалом для людей пожилого возраста.

Задание:

1. Предложите три метода сбора первичной информации для изучения потребительских предпочтений.

2. Обоснуйте выбор каждого метода.

Ответ:

Задание 285.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что вы являетесь владельцем новой сети кофеен, стремящейся закрепиться на рынке вашего города.

Задание:

1. Опишите три различных метода изучения рынка, которые вы могли бы использовать для определения целевой аудитории, ее предпочтений и оценки конкурентной среды.

2. Для каждого метода укажите конкретные вопросы, которые вы бы задали, и объясните, как полученные ответы помогут вам в разработке маркетинговой стратегии для вашей сети кофеен.

Ответ:

Задание 286.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что вы - владелец небольшой кофейни в спальном районе. Ваши продажи падают, несмотря на стабильный поток клиентов.

Задание:

1. Определите 2 ключевые проблемы, которые могут быть причиной снижения продаж. Обоснуйте свой выбор.

2. Предложите 2 метода исследования рынка, которые помогут вам подтвердить или опровергнуть ваши предположения. Опишите, какие данные вы планируете собрать с помощью каждого метода.

Ответ:

Задание 287.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «ТехноСтарт», молодой производитель инновационных гаджетов для умного дома, планирует вывести на рынок новый продукт – многофункциональный смарт-термостат. Однако, руководство компании обеспокоено высокой конкуренцией и неясностью потребительских предпочтений.

Задание:

1. Предложите три метода изучения рынка и маркетингового анализа для оценки потенциального спроса и конкурентной среды перед запуском нового смарт-термостата. Обоснуйте свой выбор.

2. Предложите три ключевых вопроса для проведения опроса целевой аудитории, чтобы выявить их потребности и ожидания от смарт-термостата. Объясните, почему именно эти вопросы важны для формирования маркетинговой стратегии компании.

Ответ:

Задание 288.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания планирует запустить новую линию экологически чистых продуктов для дома. Для этого необходимо провести маркетинговое исследование рынка, чтобы определить целевой сегмент, оценить потенциал рынка и разработать эффективную маркетинговую стратегию.

Задание:

1. Разработайте план проведения маркетингового исследования для определения целевого рыночного сегмента и оценки потенциала рынка.

2. Оцените эффективность различных методов сбора данных (кабинетные исследования, опросы потребителей, анализ конкурентов) для достижения целей исследования.

3. Сформулируйте рекомендации по разработке маркетинговой стратегии на основе результатов исследования.

Ответ:

Задание 289.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Формирование маркетинговой стратегии является ключевым аспектом успешного ведения бизнеса в условиях современного рынка. Этот процесс включает в себя ряд этапов, представленных ниже.

Запишите правильную последовательность этапов формирования маркетинговой стратегии.

1. Разработка маркетингового плана.
2. Определение целей и задач маркетинга.
3. Реализация и мониторинг стратегии.
4. Анализ рынка и целевой аудитории.
5. Оценка и выбор маркетинговых инструментов.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 290.

Прочитайте текст и установите соответствие.

В современном бизнесе стратегический анализ играет ключевую роль в формировании успешной маркетинговой стратегии. Одним из важных инструментов стратегического анализа являются матрицы, которые помогают визуализировать и оценивать различные аспекты бизнеса, такие как конкурентоспособность, рыночные возможности и угрозы.

Сопоставьте название матриц с их основной целью применения. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Цель применения		Название матрицы	
А	Оценка конкурентоспособности и привлекательности рынка	1	Матрица БКГ (BCG Matrix)
Б	Определение стратегий роста на основе существующих и новых продуктов и рынков	2	Матрица SWOT
В	Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз	3	Матрица Питерса
Г	Оценка бизнес-единиц по двум критериям: относительная доля рынка и темп роста рынка	4	Матрица GE (GE Matrix)
Д	Анализ конкуренции, возможностей и угроз в отрасли по ключевым пяти силам	5	Матрица Портера (Porter's Five Forces)
		6	Матрица Ансоффа (Ansoff Matrix)

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 291.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

В современном бизнесе оценка результативности маркетинговой стратегии является ключевым аспектом для достижения успеха и устойчивого роста. Эффективные маркетинговые стратегии помогают компаниям не только привлекать новых клиентов, но и удерживать существующих, а также повышать свою конкурентоспособность на рынке.

Выберите, какой из следующих показателей лучше всего отражает эффективность маркетинговой стратегии.

А. Количество подписчиков в социальных сетях
Б. Увеличение доли рынка
В. Количество звонков в службу поддержки
Г. Общее количество отзывов о продукте
Д. Оценка качества товара по шкале от 1 до 10

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 292.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Сбер» является одной из крупнейших финансовых организаций в России, предлагающая широкий спектр услуг, включая банковские операции, страхование и инвестиции. Компания фокусируется на различных сегментах: индивидуальные клиенты, малый и средний бизнес, крупные корпоративные клиенты, государственные учреждения. В последние годы «Сбер» активно развивает свою экосистему, внедряя цифровые технологии и создавая новые продукты и услуги для разных сегментов клиентов.

Задание:

1. Опишите применяемую компанией «Сбер» стратегию.

2. Определите вид маркетинговой стратегии, используемой компанией «Сбер».

Ответ:

Задание 293.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Разработайте концепцию позиционирования для нового бренда органических снеков, ориентированного на миллениалов, ведущих активный образ жизни.

Задание:

1. Опишите целевую аудиторию и основные преимущества продукта, которое будет резонировать с потребителями.

2. Обоснуйте свой выбор, опираясь на текущие тренды в области здорового питания и маркетинговые исследования предпочтений миллениалов.

Ответ:

Задание 294.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь стратегическим консультантом для компании «TechGadgets», которая производит и продает различные электронные устройства, включая смартфоны, планшеты и носимые устройства. Ваша задача – провести стратегический анализ продуктового портфеля компании с помощью матрицы BCG (Boston Consulting Group).

Имеются следующие данные о каждой группе товаров компании «TechGadgets», включая долю рынка и темпы роста рынка:

Смартфоны: доля рынка: 30%, темп роста рынка: 15%

Планшеты: доля рынка: 25%, темп роста рынка: 5%

Аудиоустройства: доля рынка: 10%, темп роста рынка: 20%

Электронные книги: доля рынка: 5%, темп роста рынка: 2%

Задание:

1. Определите, какие продукты компании можно отнести к четырем категориям матрицы BCG: «Звезды», «Дойные коровы», «Вопросительные знаки» и «Собаки».

2. На основе анализа предложите рекомендации по управлению каждым из продуктов.

Ответ:

Задание 295.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Проанализируйте текущую маркетинговую стратегию компании «Зелёный Рай» (производитель органической косметики). Предположим, что компания столкнулась с падением продаж на 15% в последнем квартале.

Задание:

1. Предложите три наиболее вероятные причины этого падения.

2. Для каждой причины предложите конкретный и измеримый маркетинговый инструмент (или набор инструментов), который «Зелёный Рай» может применить, чтобы противодействовать негативному влиянию этой причины.

3. Обоснуйте свой выбор, сопоставив инструмент с предполагаемой причиной снижения продаж.

Ответ:

Задание 296.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «TechInnovations» планирует запустить новый смартфон на рынок. У компании есть сильная репутация в сегменте высокопроизводительных устройств, но она хочет расширить свою долю рынка в сегменте средних цен.

Цель компании: увеличить долю рынка в сегменте средних цен на 15% в течение следующего года.

Предполагаемые конкуренты: Samsung, Huawei, Xiaomi.

Предполагаемые сильные стороны продукта: высокое качество камеры, продвинутая система искусственного интеллекта.

Предполагаемые слабые стороны продукта: высокая цена по сравнению с конкурентами в сегменте средних цен.

Задание:

1. Разработайте маркетинговую стратегию для запуска нового смартфона в сегменте средних цен.

2. Выделите два потенциальных риска и две возможности при реализации этой стратегии.

3. Сформулируйте рекомендации по корректировке стратегии в случае неудачи в достижении целей.

Ответ:

Задание 297.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

При прохождении преддипломной практики вы разбирали конкурентные стратегии предприятия. Модель Портера, в частности, её варианты для анализа отрасли (пяти сил Портера) и конкурентной стратегии, тесно связана со способностью формировать маркетинговую стратегию предприятия, поскольку она предоставляет структурированный подход к пониманию конкурентного окружения и определения лучшей позиции для компании.

Выберите типичные стратегии, характерные для модели Портера.

А. Минимизация издержек.

Б. Дифференциация.

В. Максимизация издержек.

Г. Концентрация (фокусирование).

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 298.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

При прохождении преддипломной практики вы разбирали конкурентные стратегии предприятия. Модель Ансоффа – это мощный инструмент для формирования маркетинговой стратегии предприятия, потому что она позволяет систематически проанализировать текущие рыночные возможности и внутренние ресурсы компании, а затем выработать оптимальный план действий.

Выберите стратегии, характерные для матрицы Ансоффа:

А. Проникновение на рынок.
Б. Интенсификация.
В. Развитие рынка.
Г. Интеграция.
Д. Развитие продукта.
Е. Диверсификация.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 299.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

При формировании маркетинговой стратегии необходимо опираться на прогнозные значения объема продаж товара. Это имеет непосредственное влияние на результативность стратегии.

В ходе преддипломной практики вам дано задание рассчитать объемы продаж зубной пасты «Блеск» за последние пять месяцев и сделать прогноз продаж данной пасты на июнь.

Объём продаж пасты: в январе – 125 тыс.шт.; в феврале – 123 тыс.шт.; в марте – 130 тыс.шт.; в апреле – 119 тыс.шт.; в мае – 126 тыс.шт.

Задание:

1. Рассчитать прогноз методом экстраполяции скользящей средней.
2. Рассчитать прогноз методом экстраполяции взвешенной скользящей средней.
3. Сделайте вывод

Ответ:

Задание 300.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что вы проходите преддипломную практику в компании «ТехноМаркет». Компания «ТехноМаркет» провела маркетинговую кампанию для запуска новой линейки электроники. В процессе кампании было потрачено 15 млн. руб. на рекламу и продвижение. После завершения кампании, в результате увеличения продаж, компания получила дополнительную выручку в размере 35 млн. руб.

Задание:

1. Рассчитайте ROI (Return on Investment) для этой маркетинговой кампании.

2. Определите, является ли кампания успешной, если ориентировочный целевой ROI установлен на уровне 100%.

3. Сделайте вывод.

Ответ:

Задание 301.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Вопросы эффективности управления логистическими затратами актуальны практически для каждого предприятия, зависит от ряда факторов, например, целей и особенностей управления бизнеса и его специфики, методов планирования и учета логистических затрат, применяемых на предприятии, особенностей калькулирования себестоимости продукции.

Соотнесите утверждения, связанные с выбором методов управления логистическими затратами, с соответствующими их характеристиками.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Методы управления затратами		Характеристика методов управления затратами	
А	Метод прямых затрат (Direct Costing)	1	Метод заключается в калькулировании себестоимости продукции (работ, услуг) путем отнесения всех производственных затрат текущего периода на выпущенную в этом же периоде продукцию, Затраты в этом случае делят на прямые и косвенные.
Б	Нормативное калькулирование (Standard Costing)	2	Метод предусматривает применение системы непрерывного оперативного контроля над уровнем затрат, внесении небольших изменений, приводящих к впечатляющим результатам.
В	Метод полных затрат (Absorbtion Costing)	3	Метод предполагает, что на предприятии разработаны и применяются нормы расхода ресурса на единицу продукции. Речь идет в первую очередь о нормировании прямых затрат компании.
Г	Target costing	4	Особенностью данного метода является деление затрат на постоянные и переменные. При его использовании формируют переменные расходы, а постоянные списываются на реализацию
Д	Kaizen costing	5	Метод предусматривает расчет себестоимости продукта исходя из предварительно установленной цены

			реализации. Эта цена определяется с помощью маркетинговых исследований, т.е. является ожидаемой рыночной ценой продукта или услуги.
		6	Метод управления затратами, направленный на максимальное сокращение затрат в кратчайшие сроки без ущерба для деятельности предприятия и перспектив его развития.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 302.

Прочитайте текст и установите последовательность.

В целях эффективного управления затратами, учета себестоимости при изготовлении уникального либо выполняемого по специальному заказу изделия используется позаказный метод учета.

Установите правильную последовательность выполнения действий при применении позаказного метода калькулирования, ориентируясь на объекты учета затрат и объекты калькулирования позаказного метода:

1. Исчисление коэффициента распределения.
2. Отражение разницы между плановой и фактической величиной накладных расходов.
3. Определение сметных накладных расходов на заказы, который исчисляется путем умножения планового коэффициента распределения на фактический размер баз распределения.
4. Исчисление базы распределения (знаменатель) и составление сметы накладных расходов на плановый период.
5. Подсчет фактической величины базовых данных (фонд оплаты труда, затраты времени в человеко-часах, машино-часы работы оборудования или др.).

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 303.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Компания изготавливает изделие А в количестве 5000 шт., которые могут быть реализованы в точке разделения по цене 400 руб. за единицу или обработаны дальше (затраты на обработку 400 000 руб.) и проданы по цене 500 руб.

В случае эффективного подхода к управлению затратами и дальнейшей обработки изделия А и вместо продажи его в точке разделения прибыль компании:

А. Увеличится на 500 000 руб.
Б. Увеличится на 100 000 руб.
В. Увеличится на 420 000 руб.
Г. Увеличится на 20 000 руб.
Д. Уменьшится на 540 000 руб.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 304.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Метод управления затратами «Функциональная система распределения затрат» основан на затратах, которые образуются в результате выполнения определенных операций. В основе метода - предположение, что деятельность потребляет ресурсы, а продукция потребляет деятельность. Другими словами, продукция – результат деятельности, связанной с потреблением ресурсов.

Из нижеперечисленных подходов выберите этапы для диагностики и оценки метода управления затратами «Функциональная система распределения затрат» и обоснуйте свой выбор:

А. Диагностика постоянных затрат.
Б. Распределение затрат на ресурсы.
В. Перенесение стоимости ресурсов на операции.
Г. Распределение стоимости основных операций на объекты затрат.
Д. Суммирование всех затрат в результате деятельности.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 305.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Завод имеет возможность выполнить заказ сторонней организации, затраты на выполнение которого составят 80 млн. руб. Завод работает на полную мощность, поэтому выполнить данный заказ предприятие сможет только за счет другого заказа, прибыль от которого составила бы 20 млн. руб.

Задание:

1. Необходимо определить цену выполнения заказа, которая должна покрыть не только затраты на его выполнение (80 млн. руб.), но и упущенную выгоду (20 млн. руб.).
2. Сделайте вывод.

Ответ:

Задание 306.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В связи с убыточной работой компании руководство приняло решение о разработке программы оптимизации затрат. Чтобы вывести компанию из убытка, необходимо составить и проанализировать финансовую модель, внедрить систему отчетов, а также проанализировать процессы в компании.

Задание:

1. Обоснуйте необходимые шаги для разработки программы оптимизации затрат.

2. Разработайте рекомендацию по предотвращению убытков.

Ответ:

Задание 307.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Торговое предприятие имеет следующие показатели деятельности за отчетный период, год. Доход от продаж 50000 единиц по цене 200 руб. составляет 10 000 000. Издержки обращения на рекламу составили 100 000 руб., зарплата - 1300 000 руб., аренда 100 000 руб. Себестоимость приобретения товара равна 120 руб. за единицу. В следующем году с целью эффективного управления затратами предполагается освоение нового рынка сбыта. Для этого предприятие планирует увеличить: затраты на рекламу - на 30%, затраты на зарплату на 150 000 руб. Ожидаемый объем продаж на новом рынке составит 20 000 ед.

Задание:

1. Определите дифференциальный доход с учетом ожидаемого объёма продаж товаров на новом рынке.

2. Рассчитайте на основании данных условия дифференциальные затраты, в отдельности по каждому их виду.

3. Проведите дифференциальный анализ затрат, который основан на сопоставлении доходов и затрат для принятия эффективных управленческих решений и определите результат.

Ответ:

Задание 308.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В первом квартале себестоимость единицы продукции составляла 98200 руб., а удельные постоянные расходы - 30200 руб. / шт. Доля затрат на сырье и материалы в структуре себестоимости в первом квартале составляла 70%. Во втором квартале был изменен объем производства и реализации продукции, а затраты на сырье и материалы возросли по сравнению с первым кварталом на 40%. Остальные составляющие переменных расходов,

приходящиеся на единицу продукции, остались неизменными, себестоимость единицы продукции выросла на 22800 руб.

Задание:

1. Определите удельные переменные расходы в первом квартале.

2. Выполните расчет затрат на сырье и материалы, приходящиеся на единицу продукции в первом и во втором квартале:

3. Рассчитайте на сколько увеличатся затраты на сырье и материалы во втором квартале.

4. Определите удельные переменные расходы во втором квартале.

5. Рассчитайте себестоимость продукции во втором квартале если согласно условию, она возросла на 22800тыс. руб.

6. Определите сумму удельных постоянных расходов во втором квартале.

7. Определите, на сколько процентов изменился объем производства и какое решение будет принято относительно эффективности управления затратами на предприятии.

Ответ:

Задание 309.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Бренд оказывает огромное влияние на привлечение потребителей. Установите соответствие понятий типов бренда с их стратегической полезностью.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Название		Характеристика	
А	Глобальный бренд	1	Бренд, имеющий доминирующую долю рынка по объему или стоимости и предпочитаемый покупателями
Б	Ведущий бренд	2	Бренд, находящийся в состоянии разработки для атаки на конкретный бренд конкурента
В	Нишевой бренд	3	Наиболее стандартизированный продукт или семейство, имеющие общую узнаваемость брендов всегда, когда они появляются на рынке. Их продвижение всегда осуществляется при помощи унифицированных глобальных коммуникаций с поддержкой местными кампаниями по продажам. Ценности и персонализированность бренда являются общими для всех мировых культур
Г	Бренд, стремящийся завоевать свое место на рынке	4	Создаются для конкретного события: фестиваля, выставки, соревнования, например Олимпийские игры, Чемпионат мира по футболу
Д	Идеальный бренд	5	Способ, используемый малыми видами бизнеса для завоевания и удержания позиций на рынке в противодействии с одним или несколькими ведущими брендами

		6	Бренд, который потребитель использует для сравнения с другими брендами

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 310.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Создание бренда – процесс непростой, но практически каждая компания получит сильное преимущество, если уделит ему должное внимание. Важно понимать, что бренд – это не столько айдентика, сколько образ фирмы в голове потребителей, и именно на это должны быть направлены все усилия.

Расставьте в правильной последовательности алгоритм этапов создания бренда.

1. Формирование брендбука.
2. Создание лого и фирстиля.
3. Анализ рынка, конкурентных компаний, целевой аудитории.
4. Дизайн упаковки.
5. Нейминг
6. Запуск проекта.
7. Стратегия развития.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 311.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Брендинг, как целостная система, создает основу для управления изменениями. Элементы брендинга, взаимодействуя, формируют единое понимание и направленность, которые необходимы для эффективного внедрения изменений.

Выберите элемент брендинга, который определяет структуру и иерархию бренда.

А. Брендовая архитектура.
Б. Брендовая платформа.
В. Брендовая стратегия.
Г. Брендовая идентичность.
Д. Портфель бренда.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 312.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Бренды оказывают значительное влияние на потребительское поведение. Они формируют доверие, лояльность, эмоциональную связь с потребителями и влияют на выбор продуктов или услуг. Наличие сильного бренда выделяет компанию среди конкурентов, привлекает внимание потребителей и позволяет устанавливать более высокие цены.

Задание:

1. Приведите шесть примеров положительного влияния брендов на потребительское поведение.

2. Приведите шесть примеров отрицательного влияния брендов на потребительское поведение

Ответ:

Задание 313.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Развитие портфеля брендов - это процесс гармоничного сочетания разных брендов, разработка и реализация мероприятий, направленных на улучшение результатов компании на рынке. Развитие портфеля брендов включает диверсификацию ассортимента продукции, создание синергии между брендами, оптимизацию управления ресурсами, разделение рисков и возможностей.

Задание:

1. Перечислите основные направления стратегического развития портфеля брендов.

Ответ:

Задание 314.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Экофуд» была основана с целью производства и продажи экологически чистых продуктов питания, таких как органические овощи, фрукты, молочные продукты и мясо. Компания стремится стать лидером на рынке экологически чистых продуктов питания, предлагая высококачественные товары по доступным ценам.

Задание:

1. Разработайте этапы стратегии управления брендом для данной компании.

2. Охарактеризуйте кратко каждый этап.

Ответ:

Задание 315.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что вы - руководитель маркетинговой службы региональной компании «7 Телеком», которая занимается предоставлением услуг связи населению ДНР.

Задание:

1. Составьте свой вариант «колеса бренда» (атрибуты, преимущества, ценности, персоналия, суть бренда) для компании «7 Телеком». Для каждой категории выделите 3-4 основных показателя.

Ответ:

Задание 316.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Справедливо полагается, что миром движет потребительское предпочтение. Однако, многие бренды завоевали мир именно, ломая привычные потребительские ценности и приоритеты. На данном этапе «CHANEL» является брендом номер 1 в индустрии моды. Но мало кто знает, что технология создания этого бренда была очень сложной и практически провальной.

История становления «CHANEL» начинается с 1910 года и царствует в мире моды по сей день. В основе бренда заложена идея нового мировоззрения и четкого исполнения, т.е. синтез технологии и эстетического удовольствия.

В свое время знаменитая сумка 2.55 (черная сумочка на золотом ремешке на красной подкладке) завоевала весь мир благодаря тому, что освободила руки женщинам, т.к. впервые была представлена сумка на ремешке.

Символом дома «CHANEL» является переплетение двух первых букв псевдонима Коко Шанель (настоящее время Габриэль Шанель). Фирменные цвета черный, белый, золотой.

Парфюм «CHANEL № 5» до сих пор, начиная с 1921 года, по сей день являются номером один в мире.

Стиль «CHANEL» уже более 100 лет является самым элегантным и эксклюзивным и самым дорогим.

Задание:

1. Выделите основное содержание бренда «CHANEL».

2. Перечислите факторы успеха данного бренда.

3. Опишите стратегию позиционирования бренда, используемую домом «CHANEL».

4. Приведите репутационные и коммуникационные риски, с которыми сталкивается бренд «CHANEL».

Ответ:

Задание 317.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Успешный бренд способен формировать эффективную маркетинговую стратегию, которая выстраивает узнаваемость и лояльность целевой аудитории.

При прохождении преддипломной практики вам было дано задание выбрать из предложенных основные качества, необходимые для успешного позиционирования бренда:

А. Актуальность.
Б. Простота.
В. Отличие.
Г. Креативность создателей бренда.
Д. Запоминаемость и навязчивость рекламы.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 318.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Бренд-имидж организации напрямую влияет на её способность формировать и управлять маркетинговой стратегией, так как положительное восприятие бренда способствует привлечению целевой аудитории и повышению лояльности клиентов.

При прохождении преддипломной практики вам было дано задание выбрать из предложенных факторы, которые в наибольшей степени влияют на формирование бренд-имиджа.

А. Цена товара.
Б. Производственные технологии.
В. Качество продукции.
Г. Способы продвижения в социальных сетях.
Д. Качество обслуживания.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 319.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Управление затратами предполагает планирование и контроль расходов на рекламу, маркетинговые кампании и другие мероприятия, чтобы обеспечить максимальную эффективность использования ресурсов и достижение маркетинговых целей при минимизации издержек.

При похождении преддипломной практики вам было дано следующее задание: с целью эффективного подхода к управлению затратами руководство предприятия приняло решение использовать для внутренних целей метод учета переменных затрат. В отчётном году продано 10200 единиц продукции по 250 руб. за единицу. Переменные затраты на единицу продукции составили: материалы – 44,0 руб., трудовые затраты– 16,0 руб., переменные общепроизводственные расходы 23,0 руб., переменные коммерческие – 31,0 руб.

Задание:

1. Определите переменные расходы на единицу продукции.
2. Рассчитайте переменные расходы на всю продукцию.
3. Определите общую сумму выручки от продажи продукции.
4. Рассчитайте сумму маржинальной прибыли.

Ответ:

Задание 320.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Управление маркетинговой стратегией тесно связано с управлением затратами, поскольку эффективная реализация маркетинговых планов требует точного распределения ресурсов и контроля над расходами.

Вы проходите преддипломную практику на предприятии. По предприятию имеются данные об объёме выпуска продукции и общепроизводственных расходах за отчетный год. На основании проведенного анализа с целью принятия решения по эффективному управлению затратами в марте месяце отчетного года определена максимальная точка выпуска продукции - 3000 шт., минимальная точка выпуска продукция выявлена в июне - 1800 шт. Также проведен анализ общепроизводственных расходов и выявлена максимальная точка в марте - 280 тыс. руб., минимальная точка в июне - 170 тыс. руб.

Задание:

1. Определите метод эффективного управления затратами на данном предприятии.
2. Рассчитайте отклонения в объемах производства и в затратах в максимальной и минимальной точках.
3. Определить ставку переменных расходов на единицу продукции в максимальной и минимальной ставке (коэффициент реагирования).
4. Определить сумму переменных расходов в максимальной точке и минимальной точке.
5. Определить размер постоянных затрат в максимальной и минимальной точке.

Ответ:

Задание 321.

Прочитайте текст и установите соответствие.

В настоящий период транспортно-экспедиционное обслуживание – составляющие современного логистического процесса, обеспечивающие выполнение ряда обременительных для производителей, продавцов или покупателей товара операций с грузом.

Соотнесите услуги комплексного транспортно-экспедиционного обслуживания и соответствующие им операции.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца. Каждый элемент правого столбца используется только один раз:

Виды услуг		Осуществляемые операции	
А	Логистические	1	Прогнозирование конъюнктуры транспортно-экспедиционного рынка (например, данные по тарифам на различные услуги экспедиторов и перевозчиков)
Б	Экспедиционные	2	Погрузо-разгрузочные операции (погрузка и выгрузка транспортных средств в пунктах отправления, назначения, промежуточных пунктах; перевалка грузов; погрузка, выгрузка контейнеров); завоз-вывоз грузов с терминалов (складов) от/до места отправления
В	Транспортные	3	Операции по подготовке груза к перевозке (упаковка, комплектование отправки, пломбирование груза); подготовка транспортного средства к перевозке; оформление документации; прием и сдача груза
Г	Организационные	4	Определение порядка получения и обработки заказов; выбор поставщиков, планирование потребности в ресурсах, определение сроков и объемов поставки
Д	Информационные	5	Обоснование наиболее рационального способа доставки (выбор типа транспортного средства, тары и упаковки, оптимального маршрута); составление технологической схемы и карты доставки грузов; составление графиков перевозки и обслуживания
		6	Консультирование по юридическим, административным, рекламным услугам, предоставление данных о состоянии рынка, тарифах.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 322.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Установите логическую последовательность операций по доставке конкретного груза транспортно-экспедиционным предприятием и расположите в правильной последовательности основные операции:

1. Выбор способа доставки и маршрута перевозки и составление плана ТЭО.

2. Прием заявки и оформление заказа.

3. Поиск и подготовка транспортного средства к перевозке и подготовка груза к доставке.

4. Оформление документов, приемка и погрузка грузов.

5. Транспортировка, приемка и разгрузка.

6. Сдача груза и документов клиенту, расчетные операции.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 323.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Укажите и обоснуйте наиболее эффективный способ продвижения транспортных услуг.

А. Политика стимулирования.

Б. Коммуникационная политика.

В. Сбытовая политика.

Г. Ценовая политика.

Д. Инновационная политика.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 324.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Эластичность спроса на транспортные услуги – чувствительность изменения спроса от изменения каких-либо факторов, способность его увеличиваться (снижаться) при изменении определяющего фактора, например, при снижении (увеличении) тарифа или цены, уровня дохода, качества и др. Численно эластичность спроса характеризуется коэффициентом ценовой эластичности.

Транспортно-экспедиционная компания снизила тариф на перевозку грузов на 6 %, при этом спрос на ее услуги вырос на 8 %.

Задание:

1. Определите ценовую эластичность спроса на транспортную услугу.

2. Сделайте краткий вывод.

Ответ:

Задание 325.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В настоящее время в рамках транспортно-экспедиторского обслуживания (ТЭО) товародвижения все большую популярность

приобретает логистический подход, который представляет собой современный взгляд на организацию различных бизнес-процессов, в том числе и транспортных.

Задание:

1. Определите и охарактеризуйте пять основных изменений в деятельности транспортно-экспедиционного предприятия (ТЭП), осуществляющего ТЭО, которые произойдут с внедрением логистического управления в отношении грузопотоков и товаропотоков.

Ответ:

Задание 326.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Одна из задач, которая регулярно возникает перед исследователями отраслевых рынков, заключается в оценке степени конкурентности рынка тех или иных товаров и услуг. Одним из инструментов оценки концентрации рыночной власти является индекс Херфиндаля-Хиршмана, который также позволяет оценить уровень конкуренции на рынке.

На рынке транспортно-экспедиционных услуг конкурируют пять автотранспортных предприятий. Рыночные доли их соответственно равны – 30; 25; 20; 15 и 10 %.

Задание:

1. Определите состояние конкуренции на рынке с помощью индекса Херфиндаля-Хиршмана.

2. Сделайте вывод.

3. Дайте рекомендации для регуляторов и компаний.

Ответ:

Задание 327.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Морские перевозки остаются одним из ключевых способов транспортировки грузов в международной торговле, однако они сопряжены с рисками, такими как кораблекрушение, кража или повреждение груза. Для владельцев грузов критически важно оценивать эти риски и принимать взвешенные решения о страховании, чтобы минимизировать потенциальные убытки.

Владелец груза, который следует перевезти морским транспортом, знает, что в результате возможной гибели корабля он теряет груз стоимостью 100 млн. руб. Ему также известно, что вероятность кораблекрушения 0,05; страховой тариф при страховании груза составляет 3% от страховой суммы. Владелец груза стоит перед выбором: страховать или не страховать свой груз.

Задание:

1. Какое решение примет грузовладелец о страховании своего груза? При расчетах используйте правило оптимальной вероятности результата.

2.Опишите возможные дальнейшие меры для владельца груза.

Ответ:

Задание 328.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В современной логистике транспортно-экспедиционные предприятия сталкиваются с возрастающей конкуренцией и необходимостью постоянного совершенствования своих услуг. Одним из ключевых факторов успеха является эффективная стратегия сбыта, которая включает в себя маркетинговые мероприятия, направленные на диверсификацию услуг и привлечение новых клиентов.

Транспортно-экспедиционное предприятие за 2023 г. имело валовую прибыль в размере 7 млн руб. В конце 2024 г. ее величина увеличилась на 8 %. Это удалось достигнуть за счет диверсификации предоставляемых услуг. Затраты на маркетинговые мероприятия по разработке стратегии сбыта составили 350 тыс. руб.

Задание:

1. Оцените результативность маркетинговых мероприятий для эффективного обеспечения транспортно-экспедиционных услуг.

2. Сделайте вывод.

3. Дать рекомендации по дальнейшим действиям.

Ответ:

Задание 329.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Этап консультирования «Внедрение» – это основная цель консультативного задания, ведущего к реальным улучшениям. Если нет внедрения, процесс консультирования нельзя считать завершенным. Планирование мероприятий по внедрению нового метода или системы осуществляется с использованием тактических рекомендаций по внесению изменений в методы работы.

Установите соответствие тактик и их характеристик по внесению изменений в методы работы на этапе консультирования «Внедрение»:

Тактика		Характеристика	
А	Вовлечение сотрудников компании в процесс изменения	1	Консультант должен при внедрении новых методов предусматривать соответствующее обучение и практические занятия (повторения)
Б	Внедрение с интервалами	2	Консультант должен регистрировать все факты повышения эффективности работ, чтобы обосновать успех процесса изменений. Для успеха изменений необходимо получить информацию по системе обратной связи, что позволяет лицам, ответственным за этот процесс, сделать соответствующую коррекцию

В	Повторение	3	Люди, затрагиваемые процессом изменений, должны вовлекаться, как можно раньше, но не должны начинать использовать для этого собственные методы
Г	Переход от известного к неизвестному	4	Информацию можно сначала представить в виде единого целого, а затем разбить на подразделы или же постепенно строить ее путем синтеза отдельных частей. В подготовительной и завершающей стадиях передачи информации желательно давать краткое содержание всего представляемого материала
Д	Устанавливать трудные, но реалистичные цели	5	Показатели работы улучшаются быстрее и на более долгий срок, если новые методы вводятся относительно быстро с последующими периодами отдыха, а не непрерывно или массированно
		6	Если прямо внедрять новые методы, без предварительного разрушения установившегося порядка, существует серьезный риск отрицательного воздействия прежних знаний и навыков. Осуществляя изменения, необходимо переходить от известного к неизвестному (новому подходу)
		7	Задачи надо устанавливать немного выше, чем ожидаемый результат

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 330.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Цель маркетингового консалтинга — формирование маркетинговой стратегии и плана действий для достижения поставленных целей, повышение эффективности и прозрачности маркетинговой активности. Проведение маркетингового консалтинга проводится в несколько этапов.

Расставьте в правильной последовательности алгоритм проведения маркетингового консалтинга:

1. Сопровождение работ из плана мероприятий и реализация стратегии.
2. Периодическая оценка и корректировка планов (при необходимости).
3. Получение информации от заказчика и проведение маркетингового аудита. Включает интервью с клиентом.
4. Разработка маркетинговой стратегии развития компании или отдельных направлений: ассортиментная политика, ценовая политика, сервисная политика, стратегия продвижения и работы с клиентами.

5. Разработка плана мероприятий по внедрению стратегии и устранению выявленных проблем.

6. Контроль за выполнением работ.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 331.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Маркетинговый консалтинг эффективно сочетается с способностью применять современные методы сбора, анализа и обработки информации, что позволяет специалистам принимать обоснованные решения и разрабатывать инновационные стратегии для достижения бизнес-целей.

Назначение маркетингового консалтинга заключается в:

А. Оказании клиенту помощи при принятии управленческих решений.

Б. Принятии за клиента управленческих решений.

В. Обсуждении с клиентом проблемных вопросов.

Г. Разрешении сложных производственных ситуаций.

Д. Формулирование управленческой проблемы.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 332.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Маркетинговый консалтинг, как важнейший компонент маркетинга, требует от специалистов способности эффективно применять современные методы и сетевые технологии для оперативного сбора, анализа и обработки маркетинговой информации.

Выберите субъектов консалтинга в рекламе из предложенных:

А. Эксперты рекламной деятельности.

Б. Посредники в консалтинговой деятельности.

В. Консалтинговая деятельность.

Г. Рекламная деятельность.

Д. Потребители рекламных услуг.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 333.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что вы менеджер по маркетингу в компании, занимающейся производством спортивной одежды. Ваша компания сталкивается с проблемой снижения продаж, и вы рассматриваете возможность привлечения консалтинговой компании для анализа рынка и разработки стратегии. Однако у вас есть несколько сомнений.

Задание:

1. Назовите причины, по которым менеджеры могут с подозрением относиться к консалтинговым услугам.

2. Охарактеризуйте эти причины.

Ответ:

Задание 334.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «ИМА-консалтинг» провела исследование магазинов столичных обувных сетей «ЦентрОбувь», ECCO, «Парижская коммуна» и «Эконика». Консультантам требовалось оценить эффективность коммуникации продавцов с покупателями.

Для проведения исследования была разработана система критериев оценки, сгруппированных в три основных блока: качество обслуживания, интерьер торгового зала и работа консультантов. Уровень удовлетворенности посетителей обувных магазинов измерялся по нормированной 100-балльной шкале с помощью трех равно представленных критериев (по 33,3 балла на каждый). В результате исследования лидером обувного рынка оказалась сеть магазинов ECCO. Основная характерная проблема – работа консультантов.

Задание:

1. Определите какой метод маркетингового исследования был применен в рассмотренном примере и обоснуйте свой ответ.

Ответ:

Задание 335.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «ЭкоБренд» специализируется на производстве и продаже органических продуктов питания. В последние месяцы продажи компании стали снижаться, и руководство решило обратиться за помощью к маркетинговым консультантам для анализа ситуации и разработки стратегии по увеличению объемов продаж.

Задание:

1. Определите целевую аудиторию и ее предпочтения.

2. Разработайте комплексный маркетинговый план с рекомендациями по продвижению продукта по элементам маркетинг-микса.

Ответ:

Задание 336.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы работаете в команде аудита маркетинговой деятельности компании «ЭкоПродукт», которая занимается производством и продажей органических продуктов питания. В течение последнего года компания увеличила свои расходы на цифровую рекламу на 30%, но продажи выросли только на 10%. Социальные сети компании имеют 5000 подписчиков, но уровень вовлеченности (лайки, комментарии, репосты) составляет всего 2%. Конкуренты компании активно используют influencer marketing и имеют более высокие показатели продаж.

Задание:

1. Назовите и охарактеризуйте три основные проблемы, которые вы видите в текущей маркетинговой стратегии компании «ЭкоПродукт».

2. Разработайте рекомендации для улучшения маркетинговой деятельности компании.

Ответ:

Задание 337.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

В ходе прохождения преддипломной практики вам было дано задание определить для транспортной компании преимущественный вид конкуренции.

Выберите из предложенных преимущественные виды конкуренции на транспорте:

А. Монополистическая.
Б. Монопсония.
В. Олигополистическая.
Г. Совершенная.
Д. Полиполия.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 338.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Маркетинговое консультирование и информационно-аналитическая деятельность являются неотъемлемыми компонентами успешного прохождения преддипломной практики. В условиях современного рынка, где информация становится ключевым ресурсом, способность проводить

глубокий анализ данных и исследовать потребительские предпочтения играет решающую роль в формировании эффективных стратегий.

Выберите из предложенных формы консультирования, относящиеся к классификации с точки зрения методов консультирования:

А. Внутреннее и внешнее консультирование.

Б. Контент-консультирование.

В. Консультирование в сфере общего направления, администрирования, финансового управления.

Г. Процессное консультирование.

Д. Обучающее консультирование.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 339.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В ходе прохождения преддипломной практики вам было дано задание выяснить целесообразность применения аутсорсинга транспортных услуг. В современном бизнесе аутсорсинг относится к разряду стратегических решений. Аутсорсинг – это отказ компании от самостоятельного выполнения ряда некритичных для бизнеса функций или частей бизнес-процессов и передача их стороннему подрядчику. Главный принцип аутсорсинга – «оставляю за своей компанией только то, что делаю лучше других, отдаю внешнему подрядчику то, что он делает лучше других».

Задание:

1. Обоснуйте целесообразность применения аутсорсинга транспортных услуг, охарактеризовав достоинства его применения на рынке транспортных услуг.

Ответ:

Задание 340.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Ваша преддипломная практика проходит в консалтинговом агентстве. Представьте, что вы маркетинговый консультант, к вам обратился владелец нового салона красоты «Стиль», который столкнулся с проблемой: посетители приходят в основном в вечерние часы и по выходным. В утренние, дневные часы в будни зачастую у мастеров нет работы, и они сидят без дела, т.к. посетителей мало.

Задание:

1. Предложите вид маркетинга, который способен урегулировать колеблющийся спрос на услуги салона красоты. Обоснуйте свой выбор.

2. Разработайте конкретные шаги для большей загрузки мастеров салона в дневные и утренние часы в будни.

Ответ:

7. Система оценивания заданий

Номер задания	Указания по оцениванию	Результат оценивания (баллы, полученные за выполнение задания/ характеристика правильного ответа
1	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
2	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
3	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
4	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
5	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
6	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
7	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ

	выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
8	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
9	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
10	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
11	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
12	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
13	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
14	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три

		ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
15	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
16	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
17	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
18	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
19	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
20	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл,

		остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
21	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
22	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
23	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
24	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
25	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
26	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
27	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
28	Задание открытого типа с развернутым ответом считается	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами;

	верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
29	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
30	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
31	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
32	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
33	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
34	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»

35	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
36	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
37	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
38	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
39	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
40	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»

41	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
42	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
43	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
44	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
45	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
46	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
47	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»

48	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
49	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
50	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
51	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
52	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
53	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
54	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный —

		2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
55	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
56	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
57	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
58	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
59	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
60	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»

61	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
62	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
63	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
64	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
65	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
66	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
67	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
68	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три

		ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
69	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
70	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
71	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
72	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
73	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
74	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»

75	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
76	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
77	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
78	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
79	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
80	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
81	Задание закрытого типа на установление соответствия	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом;

	считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
82	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
83	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
84	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
85	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
86	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
87	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
88	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»

89	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
90	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
91	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
92	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
93	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
94	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
95	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
96	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»

	приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	
97	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
98	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
99	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
100	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
101	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
102	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
103	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»

	приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	
104	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
105	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
106	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
107	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
108	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
109	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
110	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка /

	обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
111	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
112	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
113	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
114	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
115	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
116	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
117	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
118	Задание открытого типа с развернутым ответом считается	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если

	верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
119	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
120	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
121	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
122	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
123	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
124	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
125	Задание открытого типа с развернутым ответом считается	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами;

	верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
126	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
127	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
128	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
129	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
130	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
131	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие

	(позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	— 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
132	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
133	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
134	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
135	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
136	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
137	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
138	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»

139	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
140	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
141	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
142	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
143	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
144	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
145	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
146	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»

	приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	
147	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
148	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
149	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
150	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
151	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
152	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
153	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но

		не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
154	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
155	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
156	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
157	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
158	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
159	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный —

		2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
160	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
161	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
162	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
163	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
164	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
165	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
166	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
167	Задание открытого типа с развернутым ответом считается	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами;

	верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
168	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
169	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
170	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
171	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
172	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
173	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
174	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три

		ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
175	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
176	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
177	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
178	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
179	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
180	Задание открытого типа с развернутым ответом считается	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность /

	верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
181	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
182	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
183	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
184	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
185	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
186	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
187	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
188	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами;

	ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
189	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
190	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
191	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
192	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
193	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
194	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»

195	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
196	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
197	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
198	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
199	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
200	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»

201	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
202	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
203	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
204	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
205	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
206	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
207	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл,

		остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
208	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
209	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
210	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
211	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
212	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
213	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
214	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
215	Задание открытого типа с развернутым ответом считается	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность /

	верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
216	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
217	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
218	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
219	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
220	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»

221	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
222	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
223	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
224	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
225	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
226	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
227	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
228	Задание открытого типа с развернутым ответом считается	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если

	верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
229	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
230	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
231	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
232	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
233	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
234	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
235	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл;

		остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
236	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
237	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
238	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
239	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
240	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
241	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»

242	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
243	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
244	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
245	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
246	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
247	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
248	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»

249	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
250	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
251	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
252	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
253	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
254	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
255	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
256	Задание открытого типа с развернутым ответом считается	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если

	верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
257	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
258	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
259	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
260	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
261	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
262	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ

	эталонным по содержанию и полноте	правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
263	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
264	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
265	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
266	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
267	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
268	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
269	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ

	эталонным по содержанию и полноте	правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
270	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
271	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
272	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
273	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
274	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
275	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»

276	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
277	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
278	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
279	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
280	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
281	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
282	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
283	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если

	предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
284	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
285	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
286	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
287	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
288	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
289	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
290	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие

	установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	— 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
291	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
292	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
293	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
294	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
295	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
296	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»

297	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
298	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
299	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
300	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
301	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
302	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
303	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»

304	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
305	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
306	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
307	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
308	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
309	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
310	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»

311	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
312	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
313	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
314	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
315	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
316	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
317	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ

	считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
318	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
319	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
320	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
321	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
322	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
323	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным, если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
324	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ

		правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
325	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
326	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
327	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
328	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
329	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; неверный ответ или его отсутствие — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
330	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
331	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора ответа считается верным,	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом; если допущены ошибки или ответ

	если правильно указана буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	отсутствует — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
332	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
333	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
334	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
335	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
336	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
337	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»

338	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
339	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
340	Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Полный правильный ответ на задание оценивается 3 баллами; если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный — 2 балла, если допущено две и три ошибки/неточности/ответ правильный, но не полный – 1 балл, остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»

8. Дополнительные материалы и оборудование, необходимые для выполнения тестовых заданий

Код компетенции	Наименование компетенции	Дополнительные материалы и оборудование
УК-1	УК-1.1	Бумага, ручка, калькулятор
	УК-1.2	Бумага, ручка, калькулятор
	УК-1.3	Бумага, ручка, калькулятор
	УК-1.4	Бумага, ручка, калькулятор
	УК-1.5	Бумага, ручка, калькулятор
	УК-1.5	Бумага, ручка, калькулятор
	УК-1.6	Бумага, ручка, калькулятор
	УК-1.7	Бумага, ручка, калькулятор
УК-2	УК-2.1	Бумага, ручка, калькулятор
	УК-2.2	Бумага, ручка, калькулятор
	УК-2.3	Бумага, ручка, калькулятор
УК-3	УК-3.1	Бумага, ручка, калькулятор
	УК-3.2	Бумага, ручка, калькулятор
	УК-3.3	Бумага, ручка, калькулятор
УК-4	УК-4.1	Бумага, ручка, калькулятор
	УК-4.2	Бумага, ручка, калькулятор
	УК-4.3	Бумага, ручка, калькулятор
УК-5	УК-5.1	Бумага, ручка, калькулятор
	УК-5.2	Бумага, ручка, калькулятор
УК-6	УК-6.1	Бумага, ручка, калькулятор
	УК-6.2	Бумага, ручка, калькулятор
	УК-6.3	Бумага, ручка, калькулятор
ОПК ОС-1	ОПК ОС-1.1	Бумага, ручка, калькулятор
	ОПК ОС-1.2	Бумага, ручка, калькулятор
ОПК ОС-2	ОПК ОС-2.1	Бумага, ручка, калькулятор
	ОПК ОС-2.2	Бумага, ручка, калькулятор
ОПК ОС-3	ОПК ОС-3.1	Бумага, ручка, калькулятор
	ОПК ОС-3.2	Бумага, ручка, калькулятор
ОПК ОС-4	ОПК ОС-4.1	Бумага, ручка, калькулятор
	ОПК ОС-4.2	Бумага, ручка, калькулятор
ПКс-1	ПКс-1.1	Бумага, ручка, калькулятор
	ПКс-1.2	Бумага, ручка, калькулятор
	ПКс-1.3	Бумага, ручка, калькулятор
ПКс-2	ПКс-2.1	Бумага, ручка, калькулятор
	ПКс-2.2	Бумага, ручка, калькулятор
	ПКс-2.3	Бумага, ручка, калькулятор
ПКс-3	ПКс-3.1	Бумага, ручка, калькулятор
	ПКс-3.2	Бумага, ручка, калькулятор
	ПКс-3.3	Бумага, ручка, калькулятор
ПКс-4	ПКс-4.1	Бумага, ручка, калькулятор
	ПКс-4.2	Бумага, ручка, калькулятор
	ПКс-4.3	Бумага, ручка, калькулятор
	ПКс-4.4	Бумага, ручка, калькулятор
	ПКс-4.5	Бумага, ручка, калькулятор
	ПКс-4.6	Бумага, ручка, калькулятор

ПКс-5	ПКс-5.1	Бумага, ручка, калькулятор
	ПКс-5.2	Бумага, ручка, калькулятор
	ПКс-5.3	Бумага, ручка, калькулятор
ПКс-6	ПКс-6.1	Бумага, ручка, калькулятор
	ПКс-6.2	Бумага, ручка, калькулятор
	ПКс-6.3	Бумага, ручка, калькулятор
ПКс-7	ПКс-7.1	Бумага, ручка, калькулятор
	ПКс-7.2	Бумага, ручка, калькулятор
	ПКс-7.3	Бумага, ручка, калькулятор

9. Ключи к оцениванию

№ задания	Верный ответ	Критерии
1	Б Обоснование выбора: Первоочередная задача — обезопасить себя и окружающих, не предпринимая никаких самостоятельных действий с подозрительным предметом, и немедленно сообщить о находке лицам, обладающим соответствующей квалификацией и оборудованием для работы с взрывоопасными веществами.	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
2	1. выявление и оценка химической обстановки; 2. создается система оповещения и связи на химически опасном объекте (ХОО); 3. определяется порядок обеспечения средствами индивидуальной защиты и проводится их накопление; 4. подготавливаются защитные сооружений (ЗС), жилые и производственные здания к защите от АХОВ (герметизация); 5. определяются пункты временного размещения (ПВР) и пункты длительного проживания (ПДП) людей, а также пути вывода в безопасные районы (районы эвакуации); 6. определяются наиболее целесообразные способы защиты людей и использование СИЗ; 7. подготовка органов управления к ликвидации последствий аварии; 8. подготовка населения к защите от АХОВ и действиям в условиях химического заражения (обучение населения).	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
3	БВ Обоснование выбора: При выбросе в воздух аммиака рекомендуется укрыться на нижних этажах или в подвале и герметизировать помещение по следующим причинам. Аммиак легче воздуха, поэтому он поднимается вверх. Укрытие на нижних этажах снижает вероятность контакта с газом. Герметизация помещения помогает предотвратить попадание аммиака внутрь, снижая риск отравления. В случае утечки аммиака важно минимизировать воздействие токсичного вещества на организм до прибытия помощи.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
4	214356	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи

5	1. прекратить действие поражающего фактора (пламя, газ, вода, электрический ток, сдавливание обломками строений и т.д.); 2. придать пострадавшему горизонтальное положение, по возможности, не перемещая его до иммобилизации; 3. убедиться в сохранении дыхания, пульса на сонных артериях; если имеются признаки клинической смерти, следует немедленно начать реанимационные мероприятия (искусственная вентиляция легких, закрытый массаж сердца); 4. при судорогах необходимо вложить между зубами прокладку; 5. при наличии травмы следует остановить кровотечение и обеспечить иммобилизацию; 6. защитить пораженного от перегревания или переохлаждения; 7. если, несмотря на принятые меры, пострадавший находится в бессознательном состоянии, то следует внимательно его осмотреть, установить повреждения, выполнить необходимые лечебные процедуры; 8. перед эвакуацией пораженного на транспортном средстве необходимо обеспечить проходимость дыхательных путей и транспортную иммобилизацию.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
6	А2Б3В1Г5Д4	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
7	Г Обоснование выбора: Основоположник позитивизма французский философ Огюст Конт. Место возникновения: Франция, в первой половине XIX века. Время возникновения: 1830-е годы (первые формулировки и систематизация идей позитивизма).	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
8	Б Обоснование выбора: Принцип фальсификации является краеугольным камнем философии науки К. Поппера, который определяет его подход к демаркации (отделению) научного знания от ненаучного. Он считает, что научная теория должна допускать возможность её опровержения. К. Поппер рассматривает научные теории как гипотезы, которые всегда находятся под вопросом. Они не являются абсолютными истинами, а лишь наилучшими объяснениями, доступными на данный момент, которые могут быть опровергнуты новыми данными.	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи

9	42153	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
10	В данных высказываниях речь идет о синергетической теории как ключевом учении в постнеклассической науке. Синергетика – это междисциплинарное научное направление, изучающее общие закономерности самоорганизации и эволюции сложных, открытых, нелинейных систем. Время возникновения 1960-1970-е гг. Основоположники: Г. Хакен, И. Пригожин. Основные характеристики синергетики: междисциплинарность, самоорганизация, нелинейность, открытость, диссипативность, флуктуации, бифуркации, хаосогенность, необратимость времени, холизм, вероятностный характер, динамичность, методологический плюрализм, ориентация на сложные системы, открытость к критике и диалогу.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
11	Структурные элементы научного исследования включают в себя следующие ключевые компоненты: 1.Объект исследования – это то, на что направлено исследование. Объект может быть процессом, системой или явлением. 2.Предмет исследования - это аспект или сторона объекта, которая подвергается изучению. 3.Цель исследования - это то, чего исследователь стремится достичь. 4. Задачи исследования - это конкретные шаги или этапы, которые необходимо выполнить для достижения цели. 5. Методы исследования - это способы и инструменты, с помощью которых проводится исследование. 6. Гипотеза исследования - это предположение, которое проверяется в ходе исследования. 7.Теоретическая база - набор теорий и концепций, которые лежат в основе исследования.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
12	БВ Обоснование выбора: Снижение рисков позволяет минимизировать потенциальные потери и стабилизировать бизнес-процессы. Передача рисков позволяет снизить финансовую нагрузку на компанию и передать ответственность за управление рисками специализированным структурам. Это помогает бизнесу сохранить стабильность и минимизировать потенциальные потери.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

13	Критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода включает в себя несколько взаимосвязанных этапов: 1.Сбор и анализ данных: на этом этапе собираются все доступные данные о проблеме. Это позволяет понять контекст и выявить ключевые факторы. 2.Определение проблемы: после анализа данных определяется конкретная проблема, на решение которой будет направлено исследование. 3.Разработка гипотез: формулируются предположения о причинах проблемы и потенциальных решениях. 4.Оценка альтернативных решений: анализируются различные варианты решения проблемы с учетом ресурсов и ограничений. 5.Выбор оптимального решения: выбирается наиболее эффективное решение на основе критериев эффективности и реализуемости. 6.Реализация и мониторинг: выбранное решение реализуется, и его эффективность отслеживается для корректировки при необходимости. Каждый этап важен, поскольку они обеспечивают полное понимание проблемы и позволяют разработать эффективное решение.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
14	1.Замысел исследования: Цель - выявить коренные причины длительных сроков доставки и разработать комплексное решение для улучшения удовлетворенности клиентов. Предмет исследования - процесс логистики и доставки заказов. Объект исследования - система управления логистикой компании. Задачи исследования: анализ текущей логистической системы: оценить эффективность существующих каналов доставки; выявить узкие места в процессе обработки и отправки заказов. определение коренных причин задержек: провести опросы среди сотрудников и клиентов для сбора информации о проблемах; анализировать данные о времени доставки и частоте задержек. разработка альтернативных решений: рассмотреть возможность оптимизации маршрутов доставки; оценить эффективность внедрения автоматизированных систем управления логистикой. оценка и выбор оптимального решения: провести экономическую оценку затрат на реализацию каждого варианта; оценить потенциальное влияние на удовлетворенность клиентов. 2.Этапы критического анализа проблемной ситуации на основе системного подхода:	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	сбор и анализ данных: собрать статистику о сроках доставки и удовлетворенности клиентов; проанализировать данные для выявления закономерностей и тенденций. определение проблемы: четко сформулировать проблему длительных сроков доставки и ее влияние на бизнес. разработка гипотез: предположить возможные причины задержек (например, неэффективная логистика, недостаточное количество транспортных средств). оценка альтернативных решений: сравнить эффективность различных стратегий по улучшению логистики (например, внедрение новых технологий, оптимизация маршрутов). выбор оптимального решения: выбрать решение, которое лучше всего соответствует целям и ограничениям компании. реализация и мониторинг: внедрить выбранное решение и отслеживать его эффективность. Таким образом, замысел исследования и критический анализ взаимодополняют друг друга, обеспечивая полноту и точность исследования, а также позволяя разработать комплексное и эффективное решение для улучшения логистики и удовлетворенности клиентов.	
15	АГ Обоснование выбора: А. Анализ рисков: этот элемент предполагает выявление и оценку потенциальных рисков, которые могут повлиять на достижение целей. Анализ рисков позволяет понять вероятность и потенциальные последствия каждого риска. Без полного анализа рисков невозможно разработать эффективную стратегию, поскольку не будет понимания того, с чем необходимо бороться. Г. Мониторинг и корректировка: этот элемент включает в себя постоянное отслеживание реализации стратегии и внесение корректировок по мере необходимости. Это позволяет быстро реагировать на изменения в окружающей среде и обеспечивает гибкость стратегии. Мониторинг и корректировка позволяют адаптироваться к новым условиям и предотвратить неожиданные последствия, которые могут возникнуть в ходе реализации стратегии.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
16	АГ Обоснование выбора: А. Анализ конкурентов. Этот элемент предполагает оценку сильных и слабых сторон конкурентов, их стратегий и рыночных позиций. Это позволяет компании определить свои конкурентные	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/

	преимущества и недостатки. Без анализа конкурентов невозможно понять, как компания позиционируется на рынке относительно других игроков, что затрудняет разработку эффективной стратегии. Г. Анализ рыночных тенденций и потребностей. Этот элемент включает в себя изучение текущих и будущих рыночных тенденций, а также потребностей и ожиданий клиентов. Это позволяет компании адаптировать свою стратегию к меняющимся рыночным условиям. Понимание рыночных тенденций и потребностей клиентов позволяет компании разработать стратегию, соответствующую текущим и будущим рыночным условиям, что является ключевым фактором успеха.	ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
17	Сценарное планирование является наиболее подходящим методом для восполнения недостающей информации и обеспечения системного подхода к решению задачи. Сценарное планирование - это метод, который позволяет создать различные сценарии будущего развития событий, что помогает учесть потенциальные изменения в рыночной среде, технологиях, политике и других факторах, которые могут повлиять на стратегию. Преимущества сценарного планирования: 1.Повышение гибкости: компании могут подготовиться к различным сценариям и быстро адаптироваться к изменениям. 2.Улучшение прогнозирования: позволяет предвидеть потенциальные риски и возможности, что помогает в принятии обоснованных решений. 3.Развитие стратегического мышления: поощряет команду думать о будущем и рассматривать различные точки зрения. Обоснование: Сценарное планирование позволяет предвидеть возможные риски и возможности, которые могут возникнуть в будущем. Оно помогает разработать гибкие стратегии, которые будут эффективны в разных условиях. Анализируя потенциальные сценарии, можно выявить и учесть недостающие элементы информации, которые могут повлиять на стратегию. Компания «Техно-Сервис» хочет разработать стратегию для увеличения спроса на свои услуги по ремонту электронной техники. Таким образом возможные сценарии могут быть следующими: 1.Оптимистичный сценарий: быстрое развитие технологий приводит к увеличению спроса на услуги по ремонту устаревшей техники.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	2.Пессимистичный сценарий: снижение спроса на ремонт из-за появления более дешевых и качественных новых устройств. 3. Нейтральный сценарий: стабильный спрос на ремонт, но с необходимостью адаптироваться к меняющимся потребностям клиентов. Таким образом, сценарное планирование является мощным инструментом для системного подхода к стратегическому анализу, позволяя учесть потенциальные изменения и недостающую информацию для разработки эффективных и гибких стратегий для компании «Техно-Сервис».	
18	1.Использование системного подхода: Применение концепции системного анализа для разделения всей информации на внутренние (информация о компании, процессах) и внешние (рынок, конкуренты, клиенты). Использование моделей SWOT, PESTLE, и 5 сил Портера для сбора и систематизации внешней информации (политические, экономические, социальные, технологические факторы). Привлечение дополнительных источников данных: проведение опросов среди клиентов, аналитических отчетов о конкурентной среде, публичных данных и исследований. Использование статистических методов для моделирования данных, когда отсутствует конкретная информация (например, использование тенденций по аналогичным компаниям). 2.Шаги для синтеза информации: Проведение анализа имеющихся данных для выявления пробелов и разработка гипотез о недостающих элементах. Систематизация полученной информации в виде связных блоков, что позволит выявить потенциальные корреляции и сделать выводы на основе нескольких источников. Применение принципа итерации — постоянно проверять полученные данные, корректировать стратегические предположения на основе новых фактов. Создание интегрированного отчета, который будет содержать как синтезированные данные, так и возможные пути для дальнейшего исследования.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
19	Действия при разработке альтернативных стратегий развития предприятия 1.Критический анализ имеющихся стратегий и их результатов. 2.Оценка рисков и выгод каждой альтернативы. 3.Оценка текущей ситуации и сбор данных.	2 балла -полный правильный ответ; 1 балл - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	4.Выбор наиболее подходящей стратегии и ее внедрение. 5.Генерация альтернативных стратегий с учетом анализа данных.	0 баллов – остальные случаи
20	1. Критический анализ и системный подход: начать с глубокого анализа текущей ситуации, используя инструменты стратегического анализа, такие как SWOT (оценка сильных и слабых сторон компании, угроз и возможностей). Анализировать поведение конкурентов и их стратегии, чтобы выявить их слабые стороны и возможности для дифференциации. Оценить внешний рынок через PESTLE-анализ для выявления внешних угроз и возможностей (экономические кризисы, изменение потребностей клиентов, технологические новшества). 2.Разработка альтернативных стратегий: Стратегия роста: фокус на расширение ассортимента, выход на новые рынки или инновации в продуктах. Стратегия дифференциации: фокус на повышении ценности продукта для клиентов через улучшение качества или уникальные особенности. Стратегия фокусирования: ориентация на нишевый рынок с узкими сегментами клиентов для максимальной концентрации ресурсов. Стратегия сокращения рисков: диверсификация бизнеса для защиты от внешних рисков, таких как новые конкуренты или экономический спад. 3.Этапы разработки: 1.Определение целей для каждой альтернативной стратегии. 2.Оценка рисков и возможных выгод каждой стратегии через модели прогнозирования и сценарного планирования. 3.Выбор наиболее жизнеспособных стратегий через методы сравнительного анализа и оценка их финансовой устойчивости.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
21	25413	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
22	1. Модель Такмана описывает циклический процесс развития команды, который включает в себя пять стадий: 1.Формирование: команда только что сформирована, и члены команды знакомятся друг с другом.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	2.Штормование: члены команды начинают выражать свои мнения и конфликты, что может привести к напряженности. 3.Нормирование: команда начинает работать более слаженно, устанавливает общие нормы и ожидания. 4.Выполняющее: команда достигает высокой продуктивности и эффективности. 5.Расформирование: команда завершает свою работу, и члены команды готовятся к новым задачам. 2. Роль лидера в улучшении работы команды: Лидер может использовать понимание стадий для: построения доверия и командной культуры на ранних стадиях; разрешения конфликтов и установления норм поведения на стадии штормования; укрепления командной сплоченности на стадии нормирования; поддержания мотивации и постоянного улучшения процессов на стадии выполняющей; оценки результатов и распределения опыта на стадии расформирования. 3. Проблемы и их решение: 1.Формирование: Проблема: отсутствие доверия. Решение: организация командообразующих мероприятий. 2.Штормование: Проблема: конфликты. Решение: открытые обсуждения и установление четких норм поведения. 3.Нормирование: Проблема: медленный прогресс. Решение: постановка конкретных целей и задач. 4.Выполняющее: Проблема: снижение мотивации. Решение: поощрения и признание достижений. 5.Расформирование: Проблема: потеря опыта. Решение: документирование опыта и его распространение внутри компании. Таким образом, понимание стадий развития команды позволяет лидеру эффективно управлять процессом командообразования и решать возникающие проблемы на каждой стадии.	1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
23	БВ Обоснование выбора: Б. Постоянный мониторинг и корректировка. Этот элемент предполагает постоянное отслеживание реализации изменений и внесение корректировок по мере необходимости. Мониторинг и корректировка позволяют адаптироваться к новым	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/

	условиям и предотвратить неожиданные последствия, которые могут возникнуть в ходе реализации изменений. В. Вовлечение сотрудников в процесс изменений помогает повысить их мотивацию и понимание целей. Это также позволяет использовать их опыт и идеи для улучшения процесса изменений. Вовлечение сотрудников снижает сопротивление изменениям и повышает вероятность успешной реализации, поскольку сотрудники чувствуют себя частью процесса и более готовы к изменениям.	ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
24	А4Б1В2Г3	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
25	А3Б6В4Г5Д1	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
26	В Обоснование выбора: Нормативная стратегия изменений используется, чтобы добиться чувства ответственности и заинтересованности сотрудников не только в осуществлении изменений, но и в достижении общих целей организации.	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
27	Б Обоснование выбора: Политика достижения общих целей предполагает, что руководитель привлекает к разработке изменений членов организации, определяет их роль и ответственность за достижение целей. Назначение данной политики заключается в предупреждении сопротивлений коллектива, повышение эмерджентности и синергетичности внедрения нововведений.	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
28	1.Матричная организационная структура — это структура компании, подразумевающая подчинение команд нескольким руководителям. 2. Особенности структуры управления: Двойное подчинение: участники команды подчиняются руководителю проекта, а также главе своего подразделения. Проектная ориентация: подходит для организаций, которые работают над несколькими проектами одновременно. Она позволяет эффективно распределять ресурсы и экспертизу между проектами.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Гибкость и адаптивность: достигается за счет гибкого распределения ресурсов и возможностей быстрого переключения между проектами. Сложность управления: может быть сложной в управлении из-за двойного подчинения и необходимости балансировать интересы разных проектов. Развитие сотрудников: предоставляет сотрудникам возможность работать над разными проектами и развивать новые навыки.	
29	1. Проектная структура управления. 2. В проектной структуре основной единицей организации является проект, и все ресурсы и персонал привлекаются для выполнения конкретных проектов. Руководители проектов имеют полномочия набирать и распускать команды в зависимости от потребностей каждого проекта. Характеристики проектной структуры: проектно-ориентированность, временные команды, гибкость, фокус на результатах. Преимущества проектной структуры состоит в эффективном использовании ресурсов, гибкости и адаптивности, фокусе на результатах. Недостатки проектной структуры: постоянные изменения в составе команд и отсутствие долгосрочной перспективы могут быть стрессовыми для сотрудников; требуется высокий уровень координации и управления для эффективного распределения ресурсов между проектами.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
30	Да, организация является самообучающейся так как основными признаки самообучающейся организации является: коллективное видение; структура организации, обеспечивающая возможности для обучения и облегчающая его процесс; поддерживающая культура; поддерживающее руководство; персонал, мотивированный на постоянное саморазвитие; усиленное обучение; высокая заинтересованность в росте собственного банка знаний.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
31	Да, организационную культуру компании Levi Strauss можно считать сильной. Об этом свидетельствуют, например, такие признаки, как наличие чётких правил поведения, высокая независимость в выражении мнений, коллективное принятие решений, ориентация на коллективные стимулы.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный;

	Кроме того, в компании поощряется профессиональное отношение сотрудников, а также ценится разнообразие и различия.	0 баллов – остальные случаи
32	1. Причины сопротивления и эгоистический интерес - люди сопротивляются изменениям, потому что ставят свои собственные интересы выше интересов организации. 2. Неправильное понимание целей и личные барьеры - непонимание целей возникает из-за того, что люди не в состоянии оценить последствия осуществления стратегии. 3. Личные барьеры и потребность в гарантиях - к личным барьерам относятся, например, страх перед неизвестностью, отрицание необходимости перемен и страх потерять в размере заработной платы или в комфорте на рабочем месте. Потребность в гарантиях возникает, когда под угрозой находится собственное рабочее место. 4. Прошлый отрицательный опыт и инертность организационной структуры. Неудавшийся опыт предшествующих изменений формирует антиинновационное сознание у носителей групповых интересов, отрицательную установку не только на конкретное изменение, но и на изменение вообще. Инертность организационных структур объясняется тем, что организация представляет собой социальный организм, где все процессы взаимосвязаны.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
33	1.Эгоистический интерес. Некоторые руководители проектов опасаются, что новая система уменьшит их контроль над проектами и повлияет на их карьерный рост. 2.Нарушение привычек, традиций и ценностей. Сотрудники привыкли работать по устоявшимся методам и боятся, что новая система потребует значительных изменений в их рабочих процессах. Последствия сопротивления: замедление внедрения; снижение морального духа; потеря ключевых сотрудников.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
34	Доводами могут являться: 1.Повышение компетенций и способностей сотрудников, основывается на освоении новых знаний, обучении, повышении квалификации и совершенствовании способностей. 2.Создание особого внутреннего климата укрепляет приверженность работников и поддерживает постоянный тесный диалог между руководителями и рядовыми сотрудниками. 3.Повышение мотивации, расширение прав и возможностей сотрудников повышает их мотивацию брать на себя ответственность за свою работу и её результаты.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный;

	4.Стимулирование новых идей и инноваций за счет динамичного развития персонала способствует появлению новых идей и других инноваций. Таким образом, применение мероприятий по развитию человеческих ресурсов помогает повысить эффективность и качество работы, а также достичь конкурентного преимущества организации.	0 баллов – остальные случаи
35	1. Разработка мероприятий по преодолению сопротивления изменениям: Для преодоления сопротивления изменениям, связанных с переходом к системе JIT, необходимо разработать комплексный план, который учитывает ограничивающие силы и направлен на их устранение. 2. Конкретные необходимые действия с учетом ограничивающих сил: 1.Система фрахта, не способная обеспечить своевременную поставку грузов: переговоры с поставщиками о внедрении более гибких и надежных логистических услуг; внедрение системы мониторинга и отслеживания поставок для быстрого реагирования на задержки; рассмотрение альтернативных вариантов транспортировки (например, использование нескольких перевозчиков). 2. Производственные мощности, не приспособленные к новой системе: проведение технического аудита для выявления необходимых модернизаций; инвестиции в модернизацию оборудования и технологий для соответствия требованиям JIT; внедрение гибких производственных линий, способных быстро адаптироваться к изменениям. 3.Квалификация рабочих, не соответствующая требованиям: проведение тренингов и программ обучения для повышения квалификации сотрудников; вовлечение сотрудников в процесс внедрения JIT для повышения их мотивации и понимания целей; привлечение консультантов для помощи в адаптации персонала к новым требованиям. 4.Противодействие профсоюзов сокращению числа рабочих мест: вовлечение представителей профсоюзов в процесс обсуждения и планирования изменений; предложение программ переподготовки или переобучения для сотрудников, которые могут быть затронуты сокращением; обеспечение прозрачности и открытого диалога с профсоюзами для снижения напряженности.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
36	1.Инструменты: 1.Диаграмма Ганта - визуальный инструмент для планирования и отслеживания графика проекта.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна

	Позволяет планировать сроки выполнения задач, распределять ресурсы и отслеживать прогресс. 2.Дашборд «планируемая загрузка» - инструмент для оценки и планирования загрузки членов команды. Помогает избежать перегрузки или недозагрузки сотрудников, оптимизируя распределение задач. 3.Тайм-трекинг - система отслеживания времени, затраченного на выполнение задач. Позволяет выявить потенциальные задержки, оптимизировать рабочие процессы и улучшить управление временем. 4.Канбан-доска - визуальный инструмент для управления потоком задач. Помогает команде сосредоточиться на ограниченном количестве задач одновременно, быстро реагировать на изменения и улучшать качество работы. 5.Программное обеспечение для управления проектами - специализированные платформы для координации и контроля проектов. Объединяет функции планирования, отслеживания прогресса и коммуникации в одной системе. 2.Методы: 1.Агил - итеративный и гибкий подход к управлению проектами. Подходит для проектов с меняющимися требованиями, позволяет быстро адаптироваться к изменениям. 2. Водопад - линейный подход, где каждая фаза завершается перед началом следующей. Используется для проектов с четкими и стабильными требованиями. 3. Гибридные методы - комбинация различных методов. Позволяет адаптировать подход к конкретным потребностям проекта. 4.Метод критической цепи (CCPM) - фокусируется на ограничениях и ресурсах для оптимизации графика. Помогает минимизировать задержки и улучшить эффективность использования ресурсов. 5.Метод критического пути (CPM) - определяет наиболее длинный путь в графике проекта для оптимизации сроков. Используется для сложных проектов с множеством взаимосвязанных задач. Эти инструменты и методы помогут компании «Техно-Инновации» эффективно управлять ресурсами и успешно завершить проект в запланированные сроки.	ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
37	АГ Обоснование выбора: А. Агил (Agile). Этот способ управления проектами предполагает итеративный и гибкий подход, что позволяет быстро адаптироваться к	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна

	изменениям в требованиях и технологиях. Агил подходит для проектов с меняющимися требованиями, что часто бывает в разработке программного обеспечения. Он позволяет быстро реагировать на изменения и обеспечивает высокое качество продукта. Г. Канбан. Этот способ управления проектами фокусируется на визуализации рабочего процесса и ограничении количества задач в работе, что помогает поддерживать постоянный поток работ и быстро реагировать на изменения. Канбан позволяет команде сосредоточиться на приоритетных задачах и эффективно управлять рабочим процессом, что особенно важно в проектах с множеством взаимосвязанных задач.	ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
38	АБ Обоснование выбора: А. Канбан — это методология, которая фокусируется на визуализации рабочего процесса и ограничении количества незавершенной работы. Это позволяет команде сосредоточиться на приоритетных задачах и быстро реагировать на изменения. Канбан идеально подходит для визуализации рабочих процессов и ограничения незавершенной работы, что помогает поддерживать постоянный поток работ и улучшать качество продукции. Б. Lean — это методология, которая направлена на устранение потерь и оптимизацию процессов. Она также предполагает ограничение незавершенной работы для снижения излишних запасов и повышения эффективности. Lean помогает оптимизировать рабочие процессы, снижая количество незавершенной работы и фокусируясь на создании ценности для клиента. Это позволяет команде работать более эффективно и быстро реагировать на изменения.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
39	1. Ключевые этапы организации конференции: определить цели, бюджет и сроки конференции; выбрать место проведения и обеспечить необходимое оборудование; выбрать спикеров и составить программу конференции; разработать и реализовать маркетинговую стратегию; отслеживать прогресс и координировать работу команды. 2. Инструменты и методы управления проектами: Диаграмма Ганта - для визуализации графика проекта и отслеживания прогресса;	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Канбан-доска - для управления потоком задач и фокусировки на приоритетных задачах; Тайм-трекинг - для отслеживания времени, затраченного на выполнение задач Программное обеспечение для управления проектами - для координации команды и контроля прогресса. 3. Обеспечение эффективного бюджетирования и контроля затрат: разработка детального бюджета - учитывать все возможные расходы, включая аренду помещения, приглашение спикеров и маркетинг; регулярный мониторинг затрат - постоянно отслеживать расходы и корректировать бюджет по мере необходимости; определение приоритетов - сосредоточиться на наиболее важных расходах и оптимизировать затраты на менее критичные элементы. Таким образом, успешная организация конференции требует тщательного планирования, эффективного управления ресурсами и постоянного контроля над прогрессом и затратами.	
40	Подходит ответ В так как расчеты показали, что: Общая стоимость человеческих ресурсов: 2*70000*6 +1*60000*6+1*50000*6+1*80000*6 = 840 000 + 360 000 + 300 000 + 480 000 = 1 980 тыс. рублей. Общая стоимость оборудования и материалов: 5*40000+150000=200 000 + 150 000 = 350 тыс. руб. Общая стоимость ресурсов: 1 980 000 + 350 000 = 2 330 тыс. руб. Проверка соответствия бюджету Бюджет проекта составляет 1 200 тыс. рублей, тогда как общая стоимость ресурсов равна 2 330 тыс. рублей. Следовательно, необходимо пересмотреть либо бюджет, либо состав ресурсов, чтобы уложиться в рамки выделенных средств. Таким образом, чтобы продолжить проект, необходимо либо увеличить бюджет, либо пересмотреть состав и количество ресурсов.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
41	А3Б5В4Г1Д2	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
42	АВ Обоснование выбора: А. Мотивация признания: это утверждение верно, поскольку мотивация признания действительно основана на желании получить социальное	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна

	одобрение и признание от коллег. Когда сотрудники чувствуют, что их усилия признаются и ценятся, это стимулирует их к дальнейшему участию в командной работе и повышению производительности. В. Мотивация принадлежности: это утверждение также верно, так как мотивация принадлежности является важным социальным мотивом, который стимулирует сотрудников к участию в командной деятельности. Желание быть частью команды и чувствовать себя связанным с ней создает чувство единства и общей ответственности, что способствует совместной работе.	ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
43	2536741	100% — полное правильное соответствие; 0 % — остальные случаи
44	В Обоснование выбора: Указаны характеристики, соответствующие демократическому стилю управления, при котором руководитель уважает мнения и пожелания сотрудников, вовлекает их в принятие решений и делегирует им часть своих полномочий. Сущность демократического стиля заключается в доверии и полной командной согласованности.	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
45	1. Императивная стратегия. 2. Основными функциями данной стратегии являются функции контроля поведения и установок человека, их подкрепления и направления в нужное русло, а также функция принуждения по отношению к объекту воздействия. Данная стратегия представляет собой взаимодействие, направленное на оказание прямого психологического воздействия на собеседника для достижения оперативных целей и содержащее реакции, выражающие взгляды, оценки, аргументы воздействующего. Может быть уместной и особенно эффективной в экстремальных ситуациях, где требуется принятие оперативных и важных решений в условиях дефицита времени.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
46	1. Пример транзакции «Родитель-Ребенок». Ситуация: Сотрудник А (в состоянии «Родителя») говорит сотруднику Б (в состоянии «Ребёнка»): «Ты должен был закончить этот отчёт вчера! Ты постоянно опаздываешь!». Такое общение неэффективно, потому что сотрудник А занимает позицию контроля и критики («Родитель»), а сотрудник Б чувствует себя уязвимым и обороняется («Ребёнок»). Это создает напряжение и может привести к ухудшению мотивации сотрудника Б.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный;

	2.Эффективная транзакция «Взрослый-Взрослый»: Ситуация: Сотрудник А говорит сотруднику Б: «Давай обсудим, как мы можем организовать работу над отчётом, чтобы уложиться в сроки.» Оба участника находятся в состоянии «Взрослого», что подразумевает равноправный диалог, ориентированный на решение проблемы. Такой тип общения способствует конструктивному взаимодействию и взаимопониманию. 3.Стратегии для повышения осознанности: организовать тренинги по коммуникативным навыкам, где сотрудники смогут узнать о концепции транзактного анализа и распознать различные состояния «Я»; внедрить практику обратной связи, где коллеги смогут открыто обсуждать свои чувства и потребности в общении; создать культуру поддержки и уважения, где каждый член коллектива будет чувствовать себя услышанным и понятым.	0 баллов – остальные случаи
47	1. Лидерство играет ключевую роль в управлении группой и направлении её усилий на достижение общей цели. В проектной команде лидеры могут появляться естественным путём либо назначаться руководством. Последствия для эффективности работы команды: эффективный лидер помогает улучшить координацию действий, повышает мотивацию членов команды и способствует достижению целей. Однако, если лидер проявляет авторитарный стиль руководства, это может привести к подавлению инициативы и снижению вовлечённости других участников. 2. Групповая динамика описывает развитие взаимоотношений и процессов внутри группы во времени. Это включает стадии формирования, шторма, нормирования и исполнения. Последствия для эффективности работы команды: положительная групповая динамика способствует высокой продуктивности и удовлетворенности участников. Если же группа застревает на одной из стадий (например, в постоянных конфликтах), это снижает общую эффективность и может привести к задержкам в выполнении проекта. 3. Когнитивные искажения — это систематические ошибки в мышлении, которые могут повлиять на принятие решений и взаимодействие в группе. Последствия для эффективности работы команды: когнитивные искажения могут ограничивать креативность и разнообразие идей, приводя к однобокости в подходах к решению	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	проблем. Важно осознавать такие эффекты и стремиться к объективному рассмотрению всех предложений. Рекомендации по улучшению межличностного взаимодействия: Развитие лидерских качеств: обучение участников основам лидерства поможет создать здоровую конкуренцию и повысит шансы на успешное руководство командой. Управление конфликтами: проведение тренингов по разрешению конфликтов позволит сглаживать напряжённые моменты и улучшать групповую динамику. Осознание когнитивных искажений: регулярное обсуждение и критика принимаемых решений помогут избежать ошибок, связанных с предвзятостью мышления. Таким образом, понимание и управление этими феноменами значительно повышают шансы на успех проектной команды.	
48	Ответ: БГ Обоснование выбора: Б. Это утверждение верно, так как близость в общении часто свидетельствует о том, что люди чувствуют себя комфортно друг с другом. В ситуациях, где присутствует доверие, люди склонны сокращать дистанцию, что позволяет создать более интимную атмосферу и укрепить эмоциональную связь. Г. Это утверждение также верно, поскольку проксемика сильно зависит от культурных контекстов. Например, в некоторых культурах близкое расстояние считается нормой и даже приветствуется, тогда как в других культурах может восприниматься как вторжение в личное пространство. Понимание этих различий является важным аспектом эффективной межкультурной коммуникации.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
49	1.Групповые нормы являются социальными нормами. 2.Групповые нормы связаны с ценностями, так как любые правила формируются на основании принятия или отвержения социально значимых явлений. 3. Ценности складываются на основании выработки определенного отношения к социальным явлениям.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
50	Конформность с точки зрения руководителя может быть как положительной, так и отрицательной чертой, в зависимости от контекста и ситуации. 1.Положительные аспекты конформности:	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна

	Сохранение порядка и дисциплины: конформность может помочь поддерживать порядок и дисциплину внутри команды, что важно для эффективной работы и достижения целей. Снижение конфликтов: конформность может уменьшить количество конфликтов и разногласий внутри команды, что способствует созданию более гармоничной рабочей среды. Упрощение принятия решений: конформность может упростить процесс принятия решений, поскольку сотрудники более склонны следовать установленным правилам и нормам. 2.Отрицательные аспекты конформности: Отсутствие инноваций: чрезмерная конформность может препятствовать появлению новых идей и инноваций, поскольку сотрудники могут быть менее склонны к риску и экспериментам. Снижение креативности: конформность может ограничить креативность и творчество, что может негативно повлиять на способность команды решать сложные проблемы. Замедление адаптации к изменениям: конформность может затруднить адаптацию команды к изменениям, поскольку сотрудники могут сопротивляться новым подходам и идеям. 3.Для того чтобы преодолеть негативные аспекты конформности, руководитель может использовать следующие стратегии: Поощрение креативности и инноваций: создать среду, которая поощряет генерацию новых идей и эксперименты. Развитие критического мышления: поощрять сотрудников критически мыслить и оценивать существующие подходы. Создание культуры открытости: создать культуру, где сотрудники чувствуют себя комфортно, делясь своими мнениями и идеями. Таким образом, конформность не является исключительно негативным качеством, но ее чрезмерное проявление может ограничить потенциал команды. Руководитель должен найти баланс между поддержанием порядка и поощрением креативности и инноваций.	ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
51	А2Б5В3Г1Д4	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
52	1. Анализ потребителей для выявления их потребностей и предпочтений в отношении мебели можно провести на основе использования методов:	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна

	Фокус-группы: Организация обсуждений с группами потребителей для выявления их потребностей, предпочтений и отношения к мебели. Это позволяет получить глубокое понимание мотиваций потребителей. Интервью: Проведение индивидуальных интервью с потребителями для более детального изучения их опыта и мнений. Этнографические исследования: Наблюдение за потребителями в их естественной среде (например, дома) для понимания, как они используют мебель и какие у них возникают проблемы. Опросы: Проведение онлайн- или телефонных опросов для сбора статистических данных о потребительских предпочтениях, уровне удовлетворенности и готовности рекомендовать продукцию. Анализ данных о продажах: Анализ исторических данных о продажах для выявления популярных моделей, ценовых диапазонов и трендов. Анализ данных веб-сайта и социальных сетей: Изучение поведения посетителей на сайте компании и в социальных сетях для понимания их интересов и предпочтений. 2. Проблемы развития предприятия на основе анализа поведения потребителей: Проблемы с дизайном продукции: Отсутствие соответствия дизайну современным трендам: Потребители могут предпочитать мебель с более современным и минималистичным дизайном. Низкое качество материалов: Потребители могут быть недовольны качеством материалов, используемых в производстве мебели. Недостаточная функциональность: Мебель может не соответствовать потребностям потребителей в удобстве и функциональности. Проблемы с маркетингом: Недостаточная узнаваемость бренда: Потребители могут не знать о компании «МебельПро» и её продукции. Неэффективная рекламная кампания: Реклама может не достигать целевой аудитории или не вызывать у неё интереса. Отсутствие онлайн-присутствия: Компания может не иметь активного присутствия в социальных сетях и не использовать онлайн-каналы для привлечения клиентов. Проблемы с обслуживанием клиентов: низкий уровень обслуживания: Потребители могут быть недовольны качеством обслуживания в магазине или при доставке мебели. Отсутствие гарантийного обслуживания: потребители могут испытывать недоверие к	ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	компании из-за отсутствия гарантийного обслуживания. 3. Стратегии для решения выявленных проблем и улучшения развития компании «МебельПро»: Изменения в дизайне продукции: проведение исследований для выявления современных трендов в дизайне мебели; разработка новых моделей мебели с учетом потребностей потребителей в функциональности, удобстве и стиле; использование высококачественных и экологически чистых материалов. Маркетинговые стратегии: разработка эффективной рекламной кампании; улучшение онлайн-присутствия; разработка программы лояльности. Улучшение обслуживания клиентов: обучение персонала; внедрение системы обратной связи; предоставление гарантийного обслуживания.	
53	1. Ключевые факторы при разработке командной стратегии для повышения рентабельности инвестиций включают: Анализ финансовых показателей: необходимо отслеживать ROI (Return on Investment), прибыльность и другие ключевые финансовые индикаторы. Оптимизация затрат: командные подходы могут помочь в выявлении и устранении неэффективных расходов, а также в оптимизации производственных процессов. Повышение доходов: разработка стратегий для увеличения продаж и расширения рыночной доли. 2. Стимулирование команды: Финансовые поощрения: бонусы или премии за достижение финансовых целей могут мотивировать команду к повышению производительности. Возможности карьерного роста: предоставление возможностей для обучения и развития может стимулировать сотрудников к достижению высоких результатов. 3. Инструменты и методы для постоянного анализа и улучшения финансовых показателей включают: Регулярный финансовый анализ: использование инструментов, таких как финансовые отчеты и аналитические программы, для отслеживания финансовых показателей. Корректировка стратегии: на основе анализа результатов необходимо корректировать стратегию для поддержания высоких финансовых результатов.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Таким образом, разработка командной стратегии с учетом этих факторов может существенно повысить рентабельность инвестиций и поддержать финансовую стабильность компании.	
54	1. Ключевые элементы командной организации при оптимизации производства включают в себя: Четкое распределение ролей и обязанностей: каждый член команды должен понимать свои задачи и ответственность. Использование инструментов проектного управления: инструменты могут помочь в планировании и контроле процесса оптимизации. Регулярные встречи и обратная связь: это позволяет команде оставаться на одной странице и оперативно решать возникающие проблемы. 2. Мотивационные факторы для стимулирования команды могут включать: Финансовые поощрения: бонусы или премии за достижение целей могут мотивировать команду к повышению производительности. Возможности карьерного роста: предоставление возможностей для обучения и развития может стимулировать сотрудников к достижению высоких результатов. 3. Обеспечение постоянного улучшения и инноваций: Поощрение экспериментов: создание среды, где сотрудники чувствуют себя комфортно, пробуя новые подходы и решения. Использование методов дизайн-мышления: это позволяет команде сосредоточиться на потребностях клиента и разработать инновационные решения. Таким образом, организация командной работы с учетом этих стратегий может существенно повысить эффективность оптимизации производства и поддержать конкурентоспособность компании в условиях совершенной конкуренции.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
55	Б Обоснование выбора: Б. Эффект масштаба относится к ситуации, когда увеличение объема производства приводит к снижению средних издержек на единицу продукции. Это происходит потому, что фиксированные затраты распределяются на большее количество единиц продукции.	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
56	1.Ключевые элементы командной стратегии: Культурная адаптация: командная стратегия должна включать в себя понимание и адаптацию к культурным различиям на разных рынках. Это может включать обучение сотрудников культурной	2 балла -полный правильный ответ; 1 балл - если допущена одна ошибка/неточность /

	чувствительности и адаптацию маркетинговых кампаний к местным культурным нормам. Глобальная коммуникация: эффективная коммуникация является ключевым элементом командной стратегии в глобальной экономике. Это включает в себя использование технологий для поддержания связи между командами в разных регионах и обеспечение бесперебойного обмена информацией. Гибкость и адаптивность: командная стратегия должна быть гибкой и адаптивной, чтобы быстро реагировать на изменения рыночных условий и технологические инновации. Это может включать в себя постоянное обучение и развитие сотрудников. 2.Роль команды в повышении конкурентоспособности. Командная работа позволяет быстро адаптироваться к изменениям рынка и технологическим инновациям, что повышает конкурентоспособность компании.	ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
57	АГ Обоснование выбора: А. Фокус на инновациях. На рынке олигополии инновации являются ключевым фактором для поддержания конкурентного преимущества. Постоянное развитие новых технологий и продуктов позволяет компании оставаться впереди конкурентов и привлекать новых клиентов. Г. Развитие внутренних компетенций. Развитие внутренних навыков и компетенций имеет решающее значение для повышения эффективности и производительности организации. Это позволяет компании оптимизировать процессы, снижать затраты и лучше реагировать на изменения рынка.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
58	АВД Обоснование выбора: А. Ужесточение требований к качеству продукции защищает потребителей от низкокачественных товаров и услуг. В. Независимые органы по защите прав потребителей обеспечивают возможность обращения граждан в случае нарушения их прав. Д. Обязательные стандарты безопасности продукции гарантируют, что товары соответствуют минимальным требованиям безопасности, защищая здоровье и жизнь потребителей.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
59	1.Точка равновесия определяется из того, что спрос должен быть равен предложению, т.е. 280-Р = 160+2Р. Следовательно, равновесная цена, Р = 120 /3 = 40 руб., (280-160=2Р+Р; 120=3Р) а точка равновесия (равновесный объем при равновесной цене) будет равна 280 – 40 = 240 шт.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	2. При цене Р = 40+20 = 60 руб., спрос будет равен QD = 28-Р = 280-60 = 220 шт., предложение будет равно QS =160+2Р = 160+ 2*60 = 160+120=280 шт. Ответ: при стоимости продукта 40 руб., объем должен составлять 240 шт., а при стоимости продукта 60 руб., спрос составит 220 шт., а объём – 280 шт. 3.Вывод: что бы спрос и предложение находились в равновесии, необходимо выпускать электронные компоненты по цене 40 руб. за штуку в количестве 240 шт. в день. Если повысить стоимость единицы товара на 20 руб., то на рынке будет наблюдаться избыточное предложение (280 шт.).	1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
60	1.Постоянные затраты на производство 1 броши составит 200 руб. (100тыс. руб./500 шт.). Общая стоимость 1 броши 275 руб. (200 руб.+75 руб.) 2.Если компания увеличит объём производства на 500 шт., то предполагаемый выпуск брошей составит 1 тыс. шт. (500 шт.+500 шт.) Каждая брошь будет обходится:100 тыс. руб./1 тыс. руб. = 100 руб. (т.к. постоянные затраты распределяются на большее количество единиц продукции). Значит, общая стоимость одной броши составит 100 руб. +75 руб. = 175 руб. Ответ: стоимость броши при выпуске 500 шт., составляет 275 руб., а при выпуске 1000 шт. – 175 руб. Вывод: увеличение объёма производства приведёт к снижению предельных затрат.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
61	А4Б5В1Г2Д3	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
62	41523	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
63	А3Б1В4Г2Д5	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
64	1. Ключевые элементы персуазивной коммуникации: Четкое сообщение: сообщение должно быть ясным и понятным, подчеркивающим уникальные преимущества продукции, такие как экологичность, безопасность и качество.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/

	Эмоциональный апелл: использование эмоциональных факторов, таких как забота о будущем планеты и здоровье семьи, может усилить воздействие сообщения. Доказательства и примеры: приведение фактов, статистики и примеров успешного использования продукции другими клиентами поможет убедить потребителей в ее ценности. Влияние авторитетов: сотрудничество с экологическими экспертами или влиятельными личностями может повысить доверие к продуктам. 2. Адаптация сообщения для разных сегментов целевой аудитории: Для молодых семей акцентируйте внимание на безопасности и здоровье детей. Для экосознательных потребителей подчеркните экологические преимущества и минимальное воздействие на окружающую среду. Для активистов используйте факты о том, как покупка продукции может помочь в борьбе с климатическими изменениями.	ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
65	1. Ключевые элементы заключения: Подведение итогов: необходимо сделать краткий обзор достижений команды за прошедший квартал, указать на ключевые успехи и вклад каждого члена команды. Обозначить ключевые направления работы на следующий период. 2. Использование эмоционального апелла: Привести примеры успеха: можно рассказать историю о том, как команда преодолела трудности и добилась успеха. Эмоциональная связь: нужно подчеркнуть важность работы каждого сотрудника для общего успеха компании.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
66	1. Типы вопросов для получения точной информации: Открытые вопросы: эти вопросы поощряют развернутые ответы и позволяют сотрудникам делиться своими мыслями. Закрытые вопросы: эти вопросы требуют коротких ответов (например, «да» или «нет») и могут помочь уточнить конкретные детали. 2. Формулирование вопросов с субъективной значимостью: Использование личного контекста: необходимо сформулировать вопросы так, чтобы они отражали ваши интересы и потребности. Поощрение обмена опытом: необходимо задавать такие вопросы, которые побуждают делиться личным опытом.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
67	Варианты подачи материала в основной части презентационной речи определяются задачами	3 балла -полный правильный ответ;

	презентации и типом аудитории. Возможны следующие варианты: 1.Положение дел на сегодня. Простое и детальное описание происходящего в настоящее время. Даже если речь идёт обо всем известных фактах, они, будучи вербализованы (то есть оформлены в слова), готовят публику к принятию нужного решения. Часто мы недооцениваем необходимость напомнить о событиях, которые могут лечь в основу презентации. Этот вариант основной части рекомендуется для выступления перед смешанной аудиторией, когда степень компетентности участников в обсуждаемом вопросе неодинакова. 2.Перспективы и последствия, если ничего не будет предпринято. Ситуация, обратная предыдущей. В зале люди, примерно одинаково компетентные в обсуждаемом вопросе. Положение дел на сегодня просто констатируется, большая же часть времени посвящается моделированию развития событий. Это, так сказать, пессимистический образ будущего. 3.Варианты решения проблемы. Оратору необходимо от аудитории какое-то конкретное решение. Но бывают такие типы аудитории, которым категорически нельзя заявлять об этом напрямую. иначе рискуете вообще никакого решения не получить. В этом случае уместной будет основная часть, предлагающая варианты решения проблемы. Такой вариант основной части наиболее подходит для слушателей, статус которых заметно выше, чем у говорящего. 4.Какие есть сложности и в чём они заключаются. Не секрет, что если сообщается о катастрофе, люди слушают очень внимательно, если же об успехах – не прислушиваются. Поскольку негативная информация вызывает больше интереса и заставляет сопереживать, в основной части можно говорить именно о сложностях, проблемах, решением которых и послужит подготовленное предложение.	2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
68	Выделяют 7 наиболее эффективных разновидностях заголовков, которые подходят именно для бизнес- выступлений: Вопросительные заголовки, которые начинаются словами «что», «как», «почему» или «зачем». Они создают незавершённость в сознании у слушателей, поэтому большинство людей внимательно слушают речи с таким заголовком до конца. Вопросительные заголовки с усилением (быстрее / лучше / дешевле / легче и т. д.). Заголовки	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности /

	такого типа ещё сильнее воздействуют на реципиентов, так как содержат усиливающие слова. Вопросительные заголовки «от противного» (не надо / неправильно / плохо и т. д.). Они обращают на себя внимание, потому что люди не любят ошибаться и хотят действовать эффективно. Заголовки, содержащие цифры. Цифры встречаются в тексте намного реже букв, вот почему они задерживают внимание. Важное условие – не больше одной цифры в заголовке (исключение: повтор цифры как художественный приём). Заголовки, содержащие интригу. Можно поместить в заголовок фразу, которая будет намекать на актуальную для целевой аудитории историю и обещать разгадку. Заголовки, содержащие волшебные слова – слова и словосочетания, которые гарантированно притягивают внимание. Это выглядит довольно примитивно, поэтому использовать этот приём слишком часто не рекомендуется. Заголовки, содержащие решение проблемы. Если в заголовке сформулировать решение проблемы целевой аудитории, то оратор гарантированно её завоюет.	ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
69	Аудитория знает о предмете презентации меньше оратора. Иначе бы он выступление не готовил. Вопросы участников имеют целью не проверку его компетентности, а уяснение важных моментов, они помогут собравшимся принять важное решение. Из первого принципа ответов на вопросы следует: Оратор не обязан знать всё. И даже всё по теме выступления. Он имеет полное право не только не знать чего-то, но и прямо заявить об этом. И не нужно смущаться и извиняться. Сильный человек никогда не боится признаться в своих недостатках. Оратор не обязан отвечать на все вопросы, даже если знает ответ, но по каким-либо причинам давать его не заинтересован. Достаточно в таком случае сказать. Оратор имеет право переадресовать вопрос другому специалисту, например, находящемуся на этом же мероприятии, или отослать спрашивающего к источнику информации (отчёту, сайту, книге), где он может найти развёрнутый ответ на свой вопрос.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
70	Выделяют 3 вида убеждающих выступлений: – воодушевляющие; – агитационные; – собственно убеждающие. Воодушевляющее выступление создаёт у слушателей положительный эмоциональный	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность /

	настрой, уверенность в своих силах. Такое выступление должно пробудить эмоции, напомнить людям известное, но не вполне осознаваемое ими, обострить в их сознании значение происходящих или произошедших событий. К таким выступлениям относятся, например, речь кандидата на выборах перед своими сторонниками, в котором он выражает уверенность в победе; выступление с характеристикой успехов работы организации во время празднования юбилея и т.д. Агитационные выступления ставят целью побудить слушателей к новому действию, продолжению или прекращению осуществляемых ими действий. Агитационное выступление всегда призывает собравшихся что-то сделать, предпринять, совершить поступок. Приводятся только аргументы «за», в поддержку защищаемого тезиса. К агитационным относятся рекламные выступления, выступления на собраниях с призывами поддержать какую-либо инициативу, принять участие в каком-либо деле или общественной акции. Цель собственно убеждающих выступлений – побудить аудиторию принять определённую точку зрения, оценку событий, мнение. К такого рода выступлениям относятся публицистические выступления на митингах и собраниях; морально-этические выступления; выступления известных людей по тем или иным обсуждаемым в обществе проблемам с предложением их решения, выражением собственной точки зрения. В собственно убеждающем выступлении приводятся аргументы и «за», и «против», а также показывается, что тезис, защищаемый выступающим, наиболее аргументирован.	ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
71	В Обоснование выбора: Option B encompasses the most critical attributes. Management roles in large organizations necessitate the ability to analyze complex situations, devise strategic solutions, communicate effectively across various departments and cultures, and maintain a broad perspective on organizational goals.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные
72	ВД Обоснование выбора: B. Aligns directly with Freeman's theory, highlighting the constant negotiation between diverse stakeholder needs. Д. Underscores the resource allocation dilemmas and prioritization struggles endemic to managerial responsibilities.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный;

		0 баллов – остальные случаи
73	БД Обоснование выбора: Б. Quantifiable achievements and results: Using numbers to demonstrate impact makes your accomplishments more convincing and memorable to recruiters. Д. Error-free and professional formatting: A clean, well-formatted resume shows attention to detail and professionalism, essential for making a positive first impression.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
74	1. Through effective prioritization, resource allocation, and clear communication of expectations, managers balance competing objectives, often using techniques like project management and prioritization matrices 2. Managers can foster productivity through clear communication, providing regular feedback, offering opportunities for professional development, recognizing achievements, and creating a culture of collaboration and mutual respect.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
75	1. Early career development for managers focuses on building fundamental skills in communication, delegation, team leadership, conflict resolution, project management, performance evaluation, and resource allocation. 2. Advancement often involves specialization in a particular area (e.g., operations, finance, HR), pursuing advanced certifications or degrees (MBA, etc.), demonstrating strategic thinking and leadership abilities in high-impact projects, and seeking out opportunities for increased responsibility within or outside their current organization. 3. Continuous professional development is crucial. It keeps managers updated on industry best practices, enhances their skill sets, makes them more competitive in the job market, and demonstrates a commitment to personal and professional growth, all of which are highly valued by employers and contribute significantly to career advancement.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
76	В Обоснование выбора: Packaging. Because packaging refers to a product element of Marketing Mix.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
77	АБ Обоснование выбора: А. Customer loyalty can sustain the image and incomes of a company. Б. Profit increase is a primary goal of any business.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/

		ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
78	БД Обоснование выбора: Б. Search Engine Optimization (SEO): SEO is a crucial element, focusing on improving organic search ranking to attract website traffic. Д. Pay-Per-Click (PPC) Advertising: PPC involves paid online advertising, allowing for targeted reach and measurable results.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
79	1. High technologies provide data-driven insights through AI and analytics, allowing for more informed and strategic choices 2. Cloud computing improves collaboration and data accessibility for teams, regardless of location. 3. Automation streamlines routine tasks, freeing up human resources to focus on more strategic and creative endeavors.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
80	1. Flatter hierarchies and increased collaboration are key characteristics. 2. Modern management emphasizes trust and autonomy, giving employees more ownership and responsibility. 3. Data analytics provide crucial insights to inform strategic choices and continuous improvement processes.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
81	А4Б2В1Г5Д3	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
82	А3Б4В1Г2Д5	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи

83	34125	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
84	В Обоснование выбора: В. Контркультура – совокупность культурных норм и ценностей, способов коммуникации, выработанных членами какого-то сообщества в противовес общепринятым нормам и ценностям.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
85	Б Обоснование выбора: Б. «Троица» – икона, написанная Андреем Рублевым, где сюжет сосредоточился на трех ангелах: Отце, Сыне и Святом Духе.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
86	АВД Обоснование выбора: А. Шишкин И.И. – русский художник в жанре пейзажа русской природы. В. Репин И.Е. – художник в стиле русского реализма в жанрах исторической живописи и картин на злобу дня. Д. Крамской И.Н. – художник-портретист в стиле критического реализма.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
87	АБВ Обоснование выбора: А. Ценности – это совокупность принципов, убеждений и идеалов, признаваемых обществом за нравственный эталон. Б. Традиции – это сложившиеся в обществе модели поведения, которые передаются из поколения в поколение и связаны с историей народа или государства. В. Нормы – это образцы, стандарты т правила поведения, которые считаются типичными в определенном обществе.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
88	1. Москва стала хранителем истинной православной веры после упадка и отступления от нее западного Рима и греческого Константинополя. 2. Москва воспринималась как наследница духовного и религиозного величия, унаследованного от Византии после ее падения в 1453 г. 3. Москва имеет особую историческую миссию как центр христианской цивилизации и, следовательно, должна играть ведущую роль в международных делах, особенно в рамках православных народов.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
89	1. Критика и необходимость ликвидации крепостного права как формы общественно-экономического развития России.	2 балла -полное правильное соответствие;

	2. Требование проведение реформ «сверху» 3. Выступали за свободу слова, печати и совести.	1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
90	1. «Евгений Онегин». А.С. Пушкин. Идея о неразделённой любви, которая отразилась на всей жизни главных героев, о чести и достоинстве. 2. «Герой нашего времени». М.Ю. Лермонтов. Идея о потерянной нравственности, о человеке, у которого при всех его достоинствах отсутствуют идеалы и жизненные устремления. 3.«Светлана». В.А. Жуковский. Идея о том, что истинная любовь и непоколебимая вера способны устранить любые страхи и сомнения.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
91	А3Б1В4Г2Д5	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
92	53142	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
93	231554	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
94	А Обоснование выбора: А. «Домострой» – это свод правил, включавший в себя рекомендации для укрепления традиционных семейных устоев.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
95	АБД Обоснование выбора: А. Антаблемент – верхняя горизонтальная, опирающаяся на колонны часть здания. Б. Капитель – декоративно венчающая часть колонны или пилястры. Д. Колонна – часть сооружения в виде высокого столба, служащего опорой иным частям здания.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

96	А Обоснование выбора: А. Литературный язык – главным признаком является нормативность; на ЛЯ пишут различные тексты (научные статьи, периодические издания, учебники, законы, художественные произведения); на ЛЯ говорят образованные люди; признан в качестве эталона	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
97	1. Религиозное искусство приобретает светские черты. 2. Иконописец получает моральное право подписывать свою работу. 3. Использование «живоподобия» - сложной системы живописных приёмов, позволявших передавать объём, фактуру и цвет лиц.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
98	1. К. Симонов «Жди меня». Тема: любовь женщины, помогающая выдержать все испытания войны. 2. В. Лебедев-Кумач, А. Александров. «Священная война». Тема: призыв народа к борьбе против врагов, к защите Родины 3. А. Т. Твардовский. «Василий Тёркин». Тема: подвиг простого солдата, русский характер, его нравственная сила и патриотизм.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
99	1. Смягчение цензуры. Разрешение публиковать литературные произведения, не допущенные в печать во времена Л.И. Брежнева: «Мы» Ев. Замятина; «Котлован» Н. Платонова и др.; работы А.И. Солженицына. 2. Развертывание на страницах периодических изданий дискуссий о выборе пути общественного развития – газета «Аргументы и факты», журнал «Новый мир». 3. Падение «железного занавеса». Начало встраивания российской культуры в мировую. Русские деятели искусства, учёные, прежде работавшие в изоляции, приобрели известность и признание на Западе.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
100	1. Направляющей и руководящей силой в стране является Коммунистическая партия от партийной линии, которой «отклонятся» нельзя 2. Молодёжь должна быть предана Родине, партии, коммунизму 3. Бога нет. Власть является высшим органом, которому запрещено перечить.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности /

		ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
101	А3Б4В1Г2Д5	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
102	Б Обоснование выбора: Б. Семинары-дискуссии, основанные на проблемном обучении, стимулируют активное участие студентов в обсуждении сложных вопросов, аргументацию своей позиции, анализ альтернативных точек зрения и критическое оценивание информации. Другие методы, хотя и важны для обучения, не в такой степени акцентируют внимание на развитии умения критически мыслить. Лекции передают информацию, практические занятия – закрепляют навыки, консультирование – индивидуализирует процесс, видеолекции – визуализируют материал. Дискуссия же требует активного осмысления и анализа информации.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
103	В Обоснование выбора: В. Развитие критического мышления требует активного вовлечения студентов в процесс обучения. Дискуссии, дебаты и анализ кейсов стимулируют студентов к анализу информации, формулированию аргументов, рассмотрению альтернативных точек зрения и принятию обоснованных решений. Остальные варианты подразумевают пассивную роль студента и не способствуют развитию навыков критического мышления.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
104	Ответ: Б Обоснование выбора: Правильный ответ Б отражает принципы активного обучения, стимулирующего критический анализ и глубокое понимание. Групповые дискуссии позволяют студентам обмениваться идеями, аргументировать свои позиции, а последующее письменное задание способствует закреплению полученных знаний и развитию навыков письменной коммуникации. Метод стимулирует взаимодействие между студентами, развивает навыки работы в команде, что крайне важно для успешной профессиональной деятельности.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
105	ВД Обоснование выбора: Коммуникативные компетенции преподавателя напрямую связаны с умением	2 балла -полное правильное соответствие;

	эффективно передавать информацию студентам. Вариант В (ясно и точно формулировать учебный материал) напрямую относится к этому, так как четкость и понятность изложения – ключевые элементы успешной коммуникации. Вариант Д (эффективная презентация учебного материала) также подразумевает умение организовать и представить информацию таким образом, чтобы она была воспринята и понята студентами. Остальные варианты относятся к другим аспектам профессиональной компетентности преподавателя (методические навыки, саморазвитие, понимание познавательных процессов, сотрудничество, развитие критического мышления, владение технологиями). Эти компетенции важны, но не относятся непосредственно к коммуникативным.	1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
106	АБ Обоснование выбора: А. Современные технологии обучения способствуют повышению мотивации студентов, улучшению усвоения материала, развитию навыков критического мышления и самостоятельного обучения. Они позволяют адаптировать обучение к различным стилям обучения и потребностям студентов, а также повышают эффективность использования учебного времени. Б. Преподавание, ориентированное на практические навыки и компетенции, востребованные на рынке труда, повышает мотивацию студентов, делает обучение более прикладным и релевантным. Это способствует успешной профессиональной социализации выпускников и повышает их конкурентоспособность на рынке труда.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
107	1.Примерный план мероприятий по совершенствованию учебно-методического обеспечения: 1.Анализ текущих проблем высшего учебного заведения. 1.1. Определение ключевых вопросов плана мероприятий. 1.2. Выявление рисков отсутствия комплексного методического обеспечения образовательного процесса. 1.3. Определение причин проблемы. 2. Разработка требований к трансформации учебно-методического обеспечения. 2.1. Учебно-методическое обеспечение образовательного процесса должно отличаться разнообразием, соответствовать вариативным образовательным программам.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	2.2. Система учебно-методической документации и средств обучения должна охватывать всё основное содержание программного материала. 2.3. Использование инструментов диагностики и обратной связи. 3. Оценка эффективности результатов учебно-методического обеспечения образовательного процесса вуза. 3.1. Критерии эффективности обучения студентов и для преподавателей. 3.2. Определение методов мониторинга процесса изменений методического обеспечения как прогресса. 3.3. Постоянный анализ информации как основы непрерывного совершенствования, корректирующие действия и предупреждающие, как составные части процесса повышения качества. 2. Вывод. Задачи реформирования образования в вузах России предполагают совершенствование системы высшего образования, подготовку квалифицированных кадров для облегчения долгосрочных потребностей отраслей экономики и социальной сферы, создание инновационной образовательной инфраструктуры, системы непрерывного образования и др. В русле этих задач значительно усиливается роль эффективности результатов комплексного учебно-методического обеспечения образовательного процесса в высших учебных заведениях.	
108	Примерный план мероприятий по совершенствованию учебно-методического комплекса самостоятельной работы студентов. 1. Анализ текущих проблем высшего учебного заведения. 1.1. Выявление ключевых вопросов и проблем. 1.2. Выявление рисков неполной комплексности учебно-методического обеспечения. 1.3. Определение причин проблемы неполного учебно-методического обеспечения. 2. Разработка требований к трансформации учебно-методического обеспечения самостоятельной работы студентов. 2.1. Управление организацией самостоятельной работы студентов. 2.2. Система документации учебно-методического комплекса обеспечения самостоятельной работы студентов. 2.3. Использование инструментов оценивания и обратной связи.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	3. Оценка эффективности результатов комплексного методического обеспечения самостоятельной работы. 3.1. Определение системы оценивания. 3.2. Определение методов мониторинга процесса изменений учебно- методического обеспечения самостоятельной работы студентов. 3.3. Анализ информации для предупреждения потенциально возможных несоответствий. 2.Общий вывод. В рамках совершенствования образования в вузах России, построения системы российского образования по подготовке квалифицированных специалистов, обеспечения инновационного образования направленного на рост экономики во всех областях общественного развития, благосостояния граждан, жесткой потребности в самостоятельности творческого обеспечения развития труда, значимо возрастает роль самостоятельной работы студентов как центрального аспекта процесса обучения и образования	
109	1. Современные образовательные технологии: Онлайн-курсы и МООС (Massive Open Online Courses): они позволяют студентам изучать материалы в удобное время и темпе, а также получать доступ к курсам от ведущих университетов и экспертов. Студенты могут углубить свои знания в специфических областях менеджмента, таких как стратегический менеджмент или управление проектами. Симуляционные игры и кейс-метод: эти методы позволяют студентам применять теоретические знания на практике, развивая критическое мышление и навыки принятия решений. Студенты учатся работать в команде, анализировать ситуации и находить оптимальные решения в условиях неопределенности. Интерактивные платформы для совместной работы (например, Google Workspace, Microsoft Teams): эти платформы способствуют взаимодействию между студентами и преподавателями, а также позволяют организовывать групповые проекты. Студенты развивают навыки командной работы и коммуникации, что является важным аспектом работы менеджера. 2. Интеграция технологий в учебный процесс: Лекции: использование онлайн-курсов как дополнительного материала для самостоятельного изучения тем. Преподаватель может назначать конкретные модули для изучения перед лекцией.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Семинары: применение кейс-метода для анализа реальных бизнес-ситуаций. Студенты могут работать в группах, используя симуляционные игры для практического применения теории. Проекты: организация групповых проектов с использованием интерактивных платформ. Студенты могут совместно разрабатывать бизнес-планы или проводить SWOT-анализ компаний.	
110	1. Основные этапы выстраивания траектории профессионального роста: Самоанализ и определение целей: студенты должны провести самоанализ своих интересов, сильных и слабых сторон, а также ценностей. Это поможет им определить, какие роли в менеджменте им наиболее интересны (например, управление проектами, HR-менеджмент или стратегический менеджмент). Рекомендуется использовать инструменты, такие как SWOT-анализ (анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз), чтобы помочь студентам лучше понять свои карьерные предпочтения. Определение необходимых компетенций: на основе выбранных карьерных целей студенты должны определить ключевые навыки и знания, которые необходимы для достижения этих целей. Например, если студент хочет стать менеджером по проектам, ему могут понадобиться навыки управления временем, коммуникации и работы с командой. Планирование шагов к достижению целей: студенты должны разработать конкретный план действий с четкими сроками. Это может включать участие в стажировках, прохождение курсов повышения квалификации или получение сертификатов в области менеджмента. 2. Инструменты и методы поддержки студентов: Образовательные технологии: использование онлайн-платформ для обучения позволяет студентам получать дополнительные знания в удобное время. Внедрение системы управления обучением (LMS), где студенты могут отслеживать свой прогресс и получать доступ к ресурсам. Менторство: создание программы менторства, где опытные специалисты из индустрии будут помогать студентам определять карьерные пути и давать советы по развитию необходимых навыков. Практические занятия: организация семинаров и мастер-классов с участием практиков из сферы менеджмента. Это позволит студентам	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	получить практический опыт и лучше понять требования рынка труда.	
111	А4Б2В5Г1Д3	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
112	24513	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
113	А2Б3В4Г5Д1	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
114	Б Обоснование выбора: Б. соглашение, достигнутое путём голосования, основывается на разделении и на принципе «выиграл или проиграл», каждая сторона не обязательно пытается понять позиции, интересы и потребности другой стороны, поэтому переговоры могут проходить достаточно быстро, в отличие от достижения консенсуса, при котором необходимо подробно обсуждать каждое предложение.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
115	1. Основные принципы «принципа Парето»: Принцип Парето, также известный как правило 80/20, утверждает, что 80% результатов часто достигаются за счет 20% усилий. В контексте переговоров это означает, что небольшое количество ключевых вопросов или интересов может привести к значительным результатам для обеих сторон. Это подразумевает, что стороны должны стремиться к созданию решения, которое удовлетворяет интересы всех участников. 2. Шаги для достижения совместного решения: Идентификация интересов: на первом этапе важно выяснить основные интересы каждой стороны. Это можно сделать через открытые вопросы и активное слушание. Генерация вариантов: после того как интересы будут определены, стороны должны совместно при помощи мозгового штурма найти возможные решения. Важно не критиковать идеи на этом этапе — просто генерировать их. Оценка и выбор оптимальных решений: затем стороны должны оценить предложенные варианты по критериям взаимной выгоды и осуществимости.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Это может включать анализ рисков и выгод каждого варианта.	
116	1. Стратегия «торг» основана на конкурентной модели, где стороны стремятся максимизировать свои выгоды за счет другой стороны. Это может включать в себя жесткие переговоры, где каждая сторона выставляет свои требования и пытается добиться лучших условий. Эта стратегия наиболее эффективна в ситуациях, когда стороны имеют четко определенные позиции и цели, например, при определении цены на продукт или услугу. Также она подходит для краткосрочных сделок, где важно быстро достичь соглашения без глубокого анализа интересов сторон. 2. Совместный поиск решения проблемы. Эта стратегия основана на сотрудничестве между сторонами для нахождения взаимовыгодного решения. Вместо того чтобы рассматривать друг друга как противников, стороны работают вместе для выявления общих интересов и создания решений, которые удовлетворяют обе стороны. Совместный поиск решения предпочтителен в долгосрочных отношениях, когда важно сохранить партнерство и укрепить доверие. Эта стратегия полезна в сложных ситуациях с множеством переменных, где требуется креативный подход к решению проблем (например, при разработке совместного проекта).	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
117	Внутри команды выделяются три подгруппы: 1. Стабилизаторы – хорошие сотрудники. С ними легко работать. Они, как правило, дистанцируются от любых конфликтов, т.к. рассматривают переговоры как способ избежать прямых столкновений или эксцессов. Если их оставить одних, они могут быть «обработаны» противоположной стороной нужным ей образом. 2. Дестабилизаторы – люди подозрительные. С ними трудно работать. Они не верят противоположной команде и порой не верят собственной. Они рассматривают переговоры как арену для конфликтов. Если их оставить без присмотра, они могут подорвать весь процесс переговоров. 3. Квази-центристы – люди, способные балансировать между конфликтующими позициями (как внутри собственной команды, так и с противоположной делегацией или общественностью). Если организация понимает суть переговоров и хочет прийти к согласию, то ей для успеха следует выбрать главой именно квази-центриста, который виртуозно «дирижирует» процессом переговоров от начала до конца.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

118	Различают следующие виды итоговых документов: 1.Договор – правовой акт, устанавливающий права и обязанности сторон. Это может быть мирный договор, союзный договор, договор о гарантиях и т.д. В международной сфере наиболее значимые договоры иногда называют пактами с последующей расшифровкой содержания. 2.Конвенция – договор по отдельному вопросу права, экономики или администрирования (например, консульские конвенции, таможенные конвенции). 3.Соглашение – договор по вопросу сравнительно небольшого значения или временного характера, заключаемый на непродолжительный срок (например, соглашение о пользовании пограничными водами, временное торговое соглашение). 4.Протокол – краткое изложение соглашения, достигнутого по определённому вопросу (например, протокол по таможенно-тарифным вопросам, протокол о продлении срока действия договора). Иногда протокол является дополнением или разъяснением к договору или соглашению (дополнительный протокол, протокол согласования, заключительный протокол). 5.Протокол о намерениях – соглашение сторон, не имеющее юридической силы. Он предназначен для того, чтобы прояснить и согласовать намерения сторон на основе установления общих интересов в процессе переговоров. 6.Декларация и меморандум – довольно редкие документы, в которых стороны торжественно заявляют, что будут придерживаться одинаковой линии поведения в каком-то вопросе. 7.Джентльменское соглашение – неофициальный договор, заключённый в устной форме между договаривающимися сторонами.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
119	1. Жёсткий. Переговорщик, работающий в этом стиле, быстро действует и принимает решения, легко берёт на себя ответственность, чётко очерчивает свою позицию, эффективно защищается от манипуляций противника. Такой переговорщик презентует себя как лидер, стремится доминировать и заключить максимально выгодный для себя договор. При этом своим агрессивным поведением он, как правило, раздражает оппонентов, может легко потерять к себе доверие и оттолкнуть потенциального партнёра. 2. Дружелюбный (диаметрально противоположный предыдущему). Переговорщик, придерживающийся этого стиля, слушает, понимает	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	оппонента и принимает его интересы, он отзывчив, внимателен, терпелив, спокоен. Собеседник с радостью может пойти на существенные уступки такому переговорщику, поскольку чувствует максимальное расположение к себе. Вместе с тем, «дружелюбный» переговорщик не настроен на достижение результата (а только на сохранение отношений), под давлением может легко уступить, не решается брать на себя ответственность. 3. Гибкий. Переговорщик, демонстрирующий этот стиль, свободно подстраивается под оппонента, готов легко поменять позицию, лишь бы выиграть переговоры. Такое поведение сомнительно, заставляет задуматься о честности переговорщика. 4. Дотошный. Переговорщик этого стиля упорен, педантичен, скрупулёзен, тщательно готовится к переговорам, стараясь подобрать несколько альтернатив. Такой подход к делу всегда подкупает и положительно влияет на оппонента. Однако нередко «дотошный» переговорщик чрезмерно упрям, не способен слушать и принимать позицию противника, придирчив, а это, безусловно, не будет способствовать конструктивному диалогу.	
120	1.Существует несколько типов манипуляций: прагматическая; гедонистическая; встречная. 2.Прагматической называется манипуляция, которая имеет чёткую цель. Это наиболее ясный, очевидный и понятный вид манипуляции. Поняв сценарную линию, мы можем определить, чего от нас хочет оппонент: взять деньги в долг, увеличить сумму контракта, заставить поверить в свою сомнительную идею, дискредитировать нас в глазах других и т.д. Но бывают манипуляции, которые ставят в тупик даже профессионалов. Вроде бы понимаешь, что человек тобой манипулирует, чувствуешь психологическое давление и дискомфорт, но не понимаешь, для чего он это делает. Такие случаи можно отнести к так называемым гедонистическим манипуляциям. Гедонист – это человек, который что-то делает ради получения удовольствия. Гедонистический манипулятор получает удовольствие от самого процесса манипулирования. Ему не важен результат. Ему нравится видеть поражение своих жертв. У таких манипуляторов тоже есть своя цель (иначе это не было бы манипуляцией), только их цель носит не прагматический, а, скорее, абстрактный характер: они тем самым повышают самооценку. Встречная манипуляция является защитной в ответ на агрессию оппонента. Эту манипуляцию в большинстве случаев можно оправдать.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

121	А4Б1В2Г3	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
122	А2Б4В1Г3	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
123	А2Б3В4Г1	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
124	1. Внедрение нескольких способов обращения (телефон, чат, почта, сообщения в соцсетях); создание базы знаний и ответов на частые вопросы; ускорение обработки письменных заявок с помощью ботов и чатов; подготовка к пиковым нагрузкам заранее; тщательный отбор и мотивация сотрудников; создание максимально простой структуры поддержки; повышение квалификации; сбор метрик; выстраивание сервиса, исходя из запросов клиентов. 2. Внедрение программного обеспечения для автоматической сортировки запросов и жалоб; создание чат-ботов для первичной обработки запросов клиентов; использование аналитических инструментов по сбору данных о клиентах и их запросах; оперативное выявление повторяющихся проблем, разработка эффективных решений	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
125	1. Программы адаптации новых сотрудников по обучению и знакомству с корпоративной культурой; поддержка новых сотрудников на первых этапах работы; регулярный мониторинг удовлетворенности сотрудников; получение обратной связи, улучшение условий труда; возможности для карьерного роста и профессионального обучения; мотивирование сотрудников оставаться в компании; создание карьерных лестниц внутри компании. 2. Гибкий рабочий график и дистанционной работы; эффективная система вознаграждений и бонусов; здоровый баланс между работой и личной жизнью; вовлечение сотрудников в процесс принятия решений на всех уровнях, повышение их ответственности	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
126	1. SWOT-анализ для выявления сильных и слабых сторон продукта, возможностей и угроз на рынке; анализ потребительских предпочтений с	2 балла -полное правильное соответствие;

	помощью опросов, фокус-групп, интервью с потенциальными клиентами; конкурентный анализ. 2. Сегментация аудитории по целевым группам; персонализированный подход в рекламе; анализ и коррекция рекламных каналов; адаптация маркетинговых сообщений для привлечения внимания покупателей; A/B тестирование	1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
127	1. Проведение опросов; внутренняя оценка качества услуг внутри компании (контрольные и ключевые показатели эффективности (KPI) на основе ожиданий покупателей и отраслевых стандартов); аналитика данных. Используют инструменты для анализа данных (демографические, данные о поведении людей); взаимодействие с сотрудниками (беседы, оценка программ обучения); конкурентный анализ (предложения конкурентов); картирование процессов для выявления неочевидных на первый взгляд проблем; тайные проверки. 2. CRM-системы и инструменты для автоматизации обработки запросов и жалоб (чат-боты); четкие инструкции и стандарты обслуживания; система оценки качества труда сотрудников; мониторинг и оценка труда сотрудников с использованием обратной связи от клиентов. 3. Тренинги и мастер-классы по улучшению навыков общения с клиентами, управлению конфликтами и эффективному решению проблем; обучение на реальных примерах, как действовать в нестандартных ситуациях; онлайн-курсы и вебинары для постоянного повышения квалификации сотрудников в удобное время	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
128	1. Проведение опросов и анкетирования сотрудников для выявления причин неудовлетворенности и низкой мотивации; анализ ключевых показателей эффективности (KPI) отдела продаж за последние периоды; использование SWOT-анализа для оценки сильных и слабых сторон отдела, а также внешних возможностей и угроз; проведение интервью с руководителями и сотрудниками для получения обратной связи. 2. Система KPI с четкими и измеримыми целями для каждого сотрудника; геймификация (игровые элементы) для повышения вовлеченности сотрудников; программы обучения и развития (онлайн-курсы, тренинги, наставничество); система материального и нематериального стимулирования (премии, бонусы, признание заслуг, карьерный рост). 3. Регулярный мониторинг KPI отдела продаж (объем продаж, количество новых клиентов, уровень удовлетворенности клиентов); повторные опросы сотрудников для оценки изменения уровня	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	мотивации и удовлетворенности; анализ текучести кадров; сравнение результатов работы отдела до и после внедрения изменений	
129	1. Гибкая система вознаграждений и бонусов; возможности для профессионального роста сотрудников; программы признания и поощрения; моральный дух и мотивация (мотивационные встречи, мозговые штурмы); обсуждать личные цели и карьерные амбиции сотрудников, выявить недовольство и понять потребности. 2. Прозрачная система карьерного роста; поддержка внутренней коммуникации и вовлеченности сотрудников; регулярные встречи с руководством, командные мероприятия; открытые обсуждения проблем; система обратной связи; атмосфера доверия и взаимопомощи. 3. Менторские программы и индивидуальные планы развития; анализ причин увольнений сотрудников; гибкий рабочий график и опции удаленной работы	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
130	1. Гибкие методологии (Agile, Scrum) для управления проектами с высокой степенью неопределенности и быстрой корректировки; система визуализации задач (Kanban) для отслеживания их выполнения в реальном времени и быстрого реагирования на изменения, задержки; программное обеспечение для управления проектами (Asana, Jira, Trello); централизованно управлять задачами, отслеживать прогресс, обеспечивать коммуникацию между членами команды. 2. Диаграммы Ганта (планировать задачи, расставлять приоритеты, выделять временные рамки для их выполнения); распределение ресурсов на каждом этапе проекта; оценка рисков, план минимизации рисков. 3. Общий контроль (оценка и координирование исполнения проекта в целом в соответствии с планами); контроль за содержанием (отслеживание изменений); контроль за продолжительностью (соответствие выполняемых работ установленному дедлайну); контроль ресурсов (отслеживание затрат, недопущение их превышения установленным планом); контроль качества и рисков	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
131	А4Б5В1Г2Д3	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
132	А3Б4В1Г2	1б — полное правильное соответствие;

		0 б — остальные случаи
133	А4Б5В1Г2Д3	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
134	1. Индивидуализированный подход к мотивации; программы гибкого вознаграждения; система регулярной и конструктивной обратной связи; прозрачная и понятная система карьерного роста и развития. 2. Комфортная атмосфера на рабочем месте и в мотивации сотрудников; открытость, коммуникация, вовлеченность; возможности для обучения и развития персонала; активное участие в изменениях внутри компании; ценности взаимопомощи и командной работы	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
135	1. Методы: Системы Kanban, Scrum; единая информационная платформа; синхронизация рабочих процессов. Инструменты: интерактивное общение (видеоконференции, чат, телефонные обсуждения); push-коммуникация (факсы, письма, электронные письма, обновления); оперативная коммуникация (хранение информации в централизованных хранилищах); внутренние веб-сайты. 2. Чат-боты на основе искусственного интеллекта (обработка часто задаваемых вопросов и транзакций, оповещение о статусе заказов); функции самообслуживания; обработка естественного языка (интерпретация запросов пользователей, формулировка более грамотных и адаптированных ответов); специальные системы для автоматизации работы (сервис-деск, хелп-деск); организация внутренней базы знаний	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
136	1. Инновационная культура (открытость, гибкость, уважение к мнению каждого сотрудника, поддержка их инициатив, сотрудничество, информационный обмен); ресурсы и поддержка (специализированные инновационные команды, инновационные лаборатории, время для работы над их инициативами); поощрение разнообразия и инклюзивности; признание и поощрение новаторского вклада; личный пример руководителя (лидера). 2. Разработка четкого плана изменений (цели, задачи, этапы реализации, ресурсы, бюджет, ответственные лица); эффективная коммуникация; обучение и поддержка (освоение новых навыков, знаний; обучение (тренинги, семинары, наставничество), доступ к информационным	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	ресурсам; оценка результатов и корректировка курса (выявление слабых мест, внесение необходимых корректив); создание руководящей коалиции, мотивированной на изменения; формирование стратегического видения	
137	1. Техники приоритезации задач (матрица Эйзенхауэра, метод Pomodoro); инструменты для управления задачами (Trello, Asana, Notion); календари и планировщики. 2. Методы делегирования: ABC-анализ, декомпозиция заданий, группировка похожих по смыслу важных задач; методы контроля за выполнением задач: составление чек-листа; хронометраж, системы управления проектами; тайм-трекеры	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
138	1. Политические (изменения в законодательстве, регулирующем онлайн-торговлю); экономические (снижение покупательной способности населения, рост цен на логистику); социальные: изменение предпочтений потребителей в пользу онлайн-покупок; технологические (развитие платформ электронной коммерции, мобильных приложений). 2. Сильные стороны компании: наличие физических магазинов, узнаваемость бренда, квалифицированный персонал. Слабые стороны: высокая зависимость от традиционных каналов продаж, недостаточное развитие онлайн-платформы. 3. Развитие собственного интернет-магазина и интеграция с маркетплейсами; внедрение программы лояльности для удержания клиентов; оптимизация цепочки поставок для снижения издержек	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
139	1. Три этапа модели Курта Левина: размораживание (подготовка сотрудников к изменениям, объяснение необходимости нововведений); изменение (непосредственное внедрение новой системы, обучение сотрудников); замораживание (закрепление изменений, интеграция новых процессов в работу). 2. Сопротивления (страх перед новыми технологиями, нежелание менять привычные процессы); пути преодоления (проведение тренингов, открытое общение с сотрудниками, создание пилотных групп). 3. Инструменты мотивации: материальные стимулы (премии за успешное внедрение); нематериальные стимулы (возможность карьерного роста, признание заслуг)	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
140	1. Причины конфликта: различие в KPI (маркетинг ориентирован на охват, продажи – на выручку); недостаточная коммуникация между отделами.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна

	2. Стили разрешения конфликтов: компромисс (поиск взаимовыгодного решения); сотрудничество (совместная разработка общих целей). 3. Меры предотвращения: внедрение кросс-функциональных команд; регулярное проведение совещаний для согласования задач; разработка общих KPI для отделов	ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
141	А3Б4В5Г1Д2	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
142	352164	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
143	4172365	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
144	3461572	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
145	В Обоснование выбора: В. Процедура тестирования носит оперативный характер, поскольку занимает сравнительно немного времени, в то же время с ее помощью можно в короткий срок собрать требующуюся информацию о состоянии и характере управления, большом количестве людей (когда речь идет об управлении персоналом). Дробность шкалы и стандартизованность теста позволяют рассматривать его как своего рода измерительный инструмент, дающий количественную оценку измеряемым свойствам системы управления. Поэтому результаты тестирования пригодны для компьютерной обработки.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
146	Г Обоснование выбора: Г. Направление исследования в системном подходе идет от изучения свойств и отношений элементов к более крупным образованиям, то есть системам, существующим в пространстве. Системный подход основан на качественном	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи

	понимании сути объектов, при котором свойства и отношения рассматриваются также как объекты, но имеющие свои характерные особенности. Главным в системном подходе к исследованию является рассмотрение объекта как системы. Этот подход ориентируется на установление целостности объекта и механизмов, обеспечивающих её, на обнаружение многообразных типов взаимосвязей сложного объекта и суммирование их в единую теоретическую картину.	
147	АГД Обоснование выбора: А. Аналитическая функция обеспечивает предоставление информации для проведения экономического анализа деятельности организации, в том числе в отношении оценивания выполнения поставленных целей и достижения целей и результативных показателей; определения перспективных направлений развития. Г. Организационная функция реализуется в подготовке и утверждении организационно-распорядительных документов в целях осуществления информационного обеспечения процесса управления организацией. Д. Функция обратной связи означает использование информационного обеспечения, характеризующего деятельность отдельных участков, направлений работы и других объектов для использования в качестве основы принятия управленческих решений в отношении этих объектов.	2 балла - полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
148	АГ Обоснование выбора: А. Аналитический тип социологического исследования ставит целью углубленное изучение явления, всесторонний анализ его структуры и основные количественные и качественные характеристики. Аналитическое исследование носит комплексный характер, позволяет дать оценку деятельности предприятия, показывает текущее состояние организации, позволяет определить приоритеты в развитии и стратегические цели, помогает понять позицию компании на рынке и разработать эффективную стратегию продвижения, определить направление экономического развития. Г. Описательный тип дает целостное представление об изучаемом явлении, помогает руководству компании проанализировать текущую ситуацию, выявить проблемы и найти пути их решения, позволяет оценить, насколько эффективно в компании работают процессы, отвечающие за постановку целей, контроль результатов	2 балла - полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	деятельности, взаимодействие между подразделениями, подбор и развитие персонала, помогает обеспечивать бесперебойную работу механизма обратной связи, дополняя и конкретизируя статистическую информацию реалистичными данными об интересах и запросах, мнениях и настроениях работников, состоянии психологического климата.	
149	БГД Обоснование выбора: Б. Принцип противоречивости является важнейшим принципом диалектического подхода. Он предписывает поиск противоречий, как ведущей силы всяких изменений. Он включает в себя и соответствующую оценку альтернатив, действия противоположностей, связей и зависимостей. Г. Принцип генетической и исторической определенности означает, что исследуемое явление должно рассматриваться с позиций его происхождения, этапов существования, цепочки изменений и исторических тенденций. Д. Принцип относительности заключается в понимании и поиске ограничений, этапности исследования, сравнительной оценке результатов, определении условий их использования. Принцип относительности позволяет формулировать критерии отбора или оценок.	2 балла - полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
150	БГ Обоснование выбора: Для неформального прогнозирования существенны: раскрепощенность воображения; знание прецедентов; наличие обобщенных представлений, соответствующих реальности; развитые навыки самоорганизации, умение эффективно нагружать свою психику; умение работать с мнениями. Б. Вербальная (устная) информация наиболее часто используется в анализе внешней среды. Сюда следует отнести информацию, получаемую из радио- и телепередач, от потребителей, поставщиков, конкурентов, на торговых совещаниях, в профессиональных организациях, от юристов, бухгалтеров и финансовых ревизоров, консультантов. Она имеет откровенно переменчивый характер, ее легко получить, и часто на нее полагаются. Информация, полученная таким путем, представляет собой, как правило, большую ценность оперативного значения, однако не имеет перспектив долгосрочного характера. Материальные расходы на получение такой информации незначительны, однако приходится затрачивать много времени на ознакомление с ней, чтобы постоянно быть в курсе	2 балла - полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	текущих событий. Иногда, данные могут оказаться неточными, устаревшими или расплывчатыми. Г. Промышленный шпионаж иногда оказывается успешным способом сбора данных о действиях конкурентов, и эти данные затем используются для переформулирования целей организации. Чаще всего к разряду секретных относятся научные разработки, особенно на ранних этапах проектирования. По мере продвижения работы к ее завершению т.е. к получению серийного образца, необходимость в засекречивании уменьшается. Информация, полученная посредством промышленного шпионажа (текущая или стратегическая), считается наиболее ценной. Остальные методы прогнозирования принято относить к методам качественного прогнозирования.	
151	Примером метода аналогий является бенчмаркинг, так как он предполагает сопоставление одной исследуемой системы с другой, являющейся эталоном. В процессе бенчмаркинга сравниваются похожие процессы, например, методы управления или организация производства. Наиболее важной задачей бенчмаркинга считается достижение следующих результатов: – совершенствование менеджмента; – улучшение ассортимента продукции и ее качества; – усиление технической оснащенности компании; – усовершенствование структуры прибыли; – повышение эффективности маркетинга. Для этого необходимо постоянно искать и изучать опыт ведущих предприятий в своей отрасли или занимающих лидирующее положение на рынке сбыта, перенимать у них передовые технологии, методы и инструменты работы. Бенчмаркинг является составной частью работы маркетинговых служб предприятий, занимающихся исследованием различных процессов в области маркетинга и разработкой стратегических бизнес-планов. В процессе бенчмаркинга компания должна выявить, изучить, проанализировать имеющиеся на сторонних предприятиях стандартные методы достижения эффективности в бизнесе и управлении компанией	2 балла - полное правильное соответствие; 1 балл –если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
152	Современный бизнес требует постоянного развития и адаптации к изменениям рынка. Исследования стали неотъемлемой частью эффективного управления компаниями. Они способствуют принятию обоснованных решений, оптимизации процессов, управлению рисками и повышению производительности. В условиях жесткой конкуренции и нестабильности бизнес-	2 балла - полное правильное соответствие; 1 балл –если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный;

	окружения исследования помогают выявлять новые возможности для инноваций и развития. Исследования играют критическую роль в современном менеджменте, обеспечивая информированность руководителей для принятия стратегически важных решений. Они позволяют компаниям анализировать данные, определять перспективы развития, выявлять конкурентные преимущества и управлять рисками. Через исследования возможно эффективное стратегическое планирование, что способствует устойчивому росту и успеху организации в условиях постоянной конкурентной борьбы.	0 баллов – остальные случаи
153	Системный подход оказывается наиболее важным и результативным для исследования социально-экономических явлений. Управление относится к группе именно таких явлений. Но системное представление объекта исследования должно быть дополнено системным подходом к самому исследованию. Поэтому системный подход в исследовании управления целесообразно представить в совокупности принципов, которым необходимо следовать и которые отражают как содержание, так и особенность системного подхода: – целостность: объект управления рассматривается как единое целое, где все части взаимосвязаны и влияют друг на друга; – взаимозависимость: изменения в одной части системы могут повлиять на другие части; – синергия: совместная работа частей системы может привести к результату, превосходящему сумму их отдельных вкладов; – открытость: система взаимодействует с внешней средой, получая от нее ресурсы и информацию, а также влияя на нее; – многоуровневость: систему можно рассматривать на разных уровнях, от индивидуального до организационного.	2 балла - полное правильное соответствие; 1 балл –если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
154	Особая роль системного подхода для руководителя видится в следующем: 1) способствует восприятию организации руководителем в целом, с учетом взаимосвязи между различными её элементами, принятию решений, направленных на достижение поставленных целей; 2) учет принципа совокупности и взаимообусловленности всех компонентов позволяет руководителю проявлять гибкость в принятии управленческих решений и учитывать этот фактор при построении стратегии компании; 3) обеспечивает эффективность аналитической деятельности, поскольку системный подход позволяет разбить сложную структуру на простые	3 балла - полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	компоненты, тем самым быстрее и глубже изучить всю систему целиком, понять каждый ее элемент, проанализировать и найти оптимальные способы и методы для повышения производительности компании; 4) дает руководителю возможность управлять изменениями, поскольку системный подход помогает предвидеть возможные последствия проводимых изменений и адаптироваться к условиям меняющейся среды; 5) выступает инструментом саморегуляции, поскольку позволяет руководителю находить обоснованные решения без внешнего вмешательства в свою деятельность. Системный подход формирует у руководителя системное мышление, умение прогнозировать, управленческий профессионализм.	
155	Системный подход активно используется в управлении организацией, что в первую очередь связано с такими характеристиками систем, как сложность изучаемых объектов и их элементов. Алгоритм в управлении выступает как намеченная последовательность действий при решении той или иной управленческой проблемы. Алгоритм применения системного подхода к управлению организацией предполагает выполнение следующих исследовательских задач: – определить цели и задачи организации. Необходимо определить, какие цели ставит перед собой организация, и какие задачи необходимо решить для их достижения; – выделить ключевые элементы системы. Следует рассмотреть все аспекты деятельности организации и выделить ключевые факторы, влияющие на ее успех; – определить взаимодействия между элементами. Понять, как взаимодействуют различные элементы системы, какие зависимости существуют между ними; – разработать план действий. На основе выявленной информации разработать план действий, определяющий шаги, необходимые для достижения поставленных целей; – реализовать и контролировать план. После разработки плана действий его необходимо реализовать и постоянно контролировать результаты, для корректировки действий при необходимости.	3 балла - полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
156	Источниками сбора и изучения первичной информации, которая при проведении исследований системы управления предприятием изучается и анализируется, являются:	3 балла - полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна

	– данные внешней бухгалтерской отчетности, не являющиеся коммерческой тайной; показатели активов и пассивов балансовых отчетов, отчетов о финансово-экономических результатах и их использовании, отчетов о прибылях и убытках, других бухгалтерских, учетных и статистических документов; – устав, учредительный договор, протоколы учредительного собрания и другие документы, регламентирующие деятельность организации; состав членов правления и их заместителей, приказы о назначении генерального директора (президента) и его заместителей; нормативно-правовые документы по основным направлениям деятельности организации и менеджмента, в том числе законы и другие подзаконные акты; – входящие и исходящие документы; – положения о подразделениях, руководящие документы, стандарты, должностные инструкции, процедуры и другие документы, регламентирующие деятельность подразделения, а также документы отражающие: цели задачи организации; кадровое обеспечение. Изучение первичных документационных и других информационных источников в подавляющем большинстве случаев позволяет получать более объективные результаты исследования. При исследовании системы управления помимо первичной документации могут быть использованы и другие документальные источники, имеющие вторичный характер: – обзоры, статьи и другие информационные сведения, приводимыми органами национальной системы сертификации, правительственными структурами, средствами массовой информации и т.п.; – годовые отчеты организации и ее структурных единиц; – отчеты о маркетинговых и других исследованиях внешней и внутренней среды организации.	ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
157	Применение экспертных методов в процессе прогнозирования позволяет предвидеть трудно предсказуемые изменения объекта прогнозирования в условиях частичной или полной неопределенности, которая может возникнуть при отсутствии достоверной информации, при наличии информации, отражающей только качественную сторону явлений и невозможности количественной характеристики всех факторов, влияющих на принимаемое решение; из-за необъективности принимаемых управленческих решений.	3 балла - полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности /

	Поэтому точность прогноза при использовании экспертных методов зависит от следующих факторов: 1. Компетенция экспертов. Достоверность прогноза зависит от компетенции специалистов. Вывод о ней делают на основе характеристик научного потенциала эксперта, качества ранее выполненных работ. 2. Методика сбора и обработки индивидуальных экспертных мнений. Влияет на качество экспертной оценки, её надёжность и обоснованность. 3. Степень согласованности мнений экспертов. Достоверные экспертные оценки могут быть получены при высокой степени согласованности специалистов по исследуемой проблеме. 4. Состав экспертной группы. Численный состав группы зависит от применяемого метода экспертного прогнозирования, количества компетентных специалистов и ресурсов, выделенных на разработку прогноза. 5. Сложности с определением вероятности свершения события. Быстрые темпы изменений не позволяют с высокой точностью прогнозировать будущее. 6. Особенности объектов прогнозирования. Конфликтная, неопределённая, нерациональная ситуации могут влиять на выбор вида прогноза и метода его формирования.	ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
158	Формирование информационной базы с соблюдением основных принципов – одно из основных направлений повышения эффективности исследований в менеджменте. К основным принципам формирования и использования информации в процессе управления необходимо отнести: 1. Актуальность информации Означает реальное отражение в каждый момент времени состояния системы управления и маркетинговой среды, т.е. необходимо регулярное обновление хранимой информации. 2. Достоверность данных Основывается на точном воспроизведении объективного состояния и развития производства, рынка и внешней макросреды. Учитывая условия конкурентной борьбы, при которых нередко сознательно искажается реальная действительность, этот принцип требует повышенной надежности источников данных. 3. Релевантность данных	3 балла - полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Позволяет получать информацию в точном соответствии со сформулированными требованиями, избегая работы с ненужными данными. 4. Полнота отображения Необходима для объективного учета всех факторов, формирующих, либо оказывающих влияние на состояние и развитие системы управления и маркетинговой среды. 5. Целенаправленность данных Ориентирует их на конкретные цели и задачи в области производства и продажи продукции на внутреннем и внешнем рынках. 6. Информационное единство Требует разработки системы показателей, при которой исключалась возможность противоречия в выводах и несогласованность первичных и производных данных. 7. Рентабельность Подготовка информации не должна стоить больше, чем выгоды от её использования	
159	Система управления организацией должна быть настроена на создание товаров, характеристики которых в полной мере удовлетворяют потребителей. Система управления должна обеспечивать достижение и поддержание конкурентоспособности организации. Таким образом, в организации должны быть созданы условия для выработки, развития и применения основных возможностей маркетингового подхода. Маркетинговый подход, применяемый к управлению организацией, способен обеспечить решение следующих задач: 1. Управление качеством. В компании создается бизнес-процесс управления качеством в соответствии с выбранным стандартом. Управление качеством осуществляется подразделением, обособленным в управленческой структуре. 2. Управление инновациями. Улучшение качества товара, снижение его себестоимости возможно только путем выработки и реализации множества инновационных решений. Система управления должна создавать условия, вызывать и поощрять инновационное поведение внутри компании. Работники должны вносить идеи относительно продуктов, клиентов, процессов. 3. Конкурентный анализ. Достижение конкурентного успеха невозможно без постоянного отслеживания ситуации на рынке, в отрасли, в экономике. Наблюдение за поведением конкурентов, внимание к потенциальным конкурентам, прогнозирование изменения конкурентной среды и другие подобные задачи	3 балла - полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	должны быть поддержаны соответствующими организационными решениями. 4. Привлечение и удержание клиентов. Работа с клиентами представляет собой целое направление деятельности. Организации, эффективность которых и даже само их существование зависят от результативности работы с клиентами, выделяют данные задачи в отдельное, обособленное направление управленческой деятельности. Для реализации указанных задач в управленческой структуре организации должны быть выделены соответствующие подразделения или ответственные лица.	
160	Проблема – это противоречие, требующее разрешения, которое обеспечивает развитие управления исследуемым объектом. Для постановки исследовательской проблемы необходимо выполнить следующие процедуры: 1. Формулирование проблемы, состоящее из следующих операций: – определить центральный вопрос проблемы; – зафиксировать противоречие, которое стало основой проблемы. 2. Построение проблемы, предусматривающее следующие операции: – разделить проблемы на подвопросы, без ответов на которые нельзя получить ответа на основной проблемный вопрос; – группировать и определить последовательности решения подвопросов, составляющих проблему; – ограничить поле изучения в соответствии с потребностями исследования. 3. Оценка проблемы, характеризующаяся следующими действиями: – выявить все условия, необходимые для решения проблемы, включая методы, средства, приемы и пр.; – проверить имеющиеся возможности, позволяющие положительно реагировать на решение проблемы; – выяснить степень проблемности, т.е. соотношения известного и неизвестного в информации, которая будет использоваться для решения проблемы. 4. Обоснование, представляющее собой последовательность следующих процедур: – установить связи данной проблемы с другими проблемами; – привести доводы в пользу реальности проблемы, ее постановки и решения; – выдвинуть возражения против проблемы; – синтезировать результаты, полученные на двух предыдущих стадиях.	3 балла - полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	5. Обозначение, состоящее из следующих процедур: – перевести проблему на научный или обыденный язык; – выразить проблему с помощью подбора понятий, наиболее полно отражающих смысл проблемы.	
161	А4Б3В1Г2	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
162	А3Б2В4Г1	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
163	А3Б1В2Г5Д4	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
164	А4Б3В1Г2	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
165	А2Б4В5Г1Д3	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
166	А3Б4В1Г2	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
167	1. Определение целей и задач проекта; подбор участников с учетом их компетенций и личностных качеств; распределение ролей и зон ответственности; проведение установочной встречи для знакомства и обсуждения ожиданий. 2. Тимбилдинг (проведение мероприятий для сплочения команды); использование методик Agile (Scrum) для организации работы; регулярные встречи для обсуждения прогресса и решения возникающих вопросов	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
168	1. Выявление причин конфликта через индивидуальные беседы с участниками; организация совместного обсуждения для выявления точек соприкосновения; поиск компромиссного решения, учитывающего интересы всех сторон.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна

	2. Активное слушание (предоставление каждому участнику возможности высказаться); медиация (привлечение нейтрального лица для помощи в разрешении спора); использование техники мозгового штурма для генерации идей	ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
169	1. Постановка четких и достижимых целей; вознаграждение за достижение промежуточных результатов; поддержка и признание заслуг каждого участника. 2. Проведение регулярных планерок для обсуждения прогресса; распределение задач с учетом сильных сторон каждого сотрудника; создание атмосферы взаимопомощи и поддержки	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
170	1. Платформы для видеоконференций; проектные менеджеры (Trello, Asana) для отслеживания задач; организация общего чата для оперативного общения. 2. Проведение виртуальных кофе-брейков и неформальных встреч; регулярное обсуждение успехов и трудностей на общих собраниях; организация онлайн-тимбилдингов	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
171	1. Тренинги по коммуникации и конфликтологии; мастер-классы по Agile-методологиям; практические занятия по решению кейсов в команде. 2. Опросы участников для получения обратной связи; наблюдение за изменениями в поведении и взаимодействии сотрудников; анализ показателей эффективности работы команды после обучения	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
172	1. Проведение установочной встречи с представителями всех отделов; определение общих целей и KPI для проекта; назначение ответственных за координацию между отделами. 2. Общий проектный менеджер (Jira, Asana); организация регулярных кросс-функциональных встреч; создание общего чата или платформы для обмена информацией	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
173	1. Проведение установочной встречи с участием представителей всех отделов для обсуждения целей проекта, ролей и ожиданий; создание кросс-функциональных рабочих групп для решения конкретных задач, что поможет сотрудникам лучше понять друг друга; разработка	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/

	четкого плана проекта с распределением ответственности и сроков выполнения задач. 2. Использование проектных менеджеров (Trello, Asana) для прозрачного отслеживания задач и ответственности; проведение тренингов по командообразованию (тимбилдинг) для укрепления доверия и сплоченности; внедрение правил коммуникации (активное слушание, уважение к мнению коллег, конструктивная обратная связь); назначение координатора (фасилитатора), который будет следить за процессом взаимодействия и помогать разрешать спорные ситуации	ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
174	1. Открытое обсуждение проблемы; привлечение нейтрального медиатора, который поможет найти компромиссное решение и восстановить доверие между сторонами; выработка совместных правил взаимодействия для предотвращения подобных ситуаций в будущем. 2. Активное слушание, использование нейтрального языка, отсутствие обвинений и критики; научиться правильно формулировать запросы и предлагать альтернативные решения для создания продуктивного взаимодействия. 3. Регулярные командные собрания; обсуждение текущих задач, достижений, возможных проблем; создание конструктивной обратной связи; выявление слабых мест во взаимодействии и своевременно их устранять; проведение тренингов и тимбилдингов; укрепление доверия, улучшение навыков коммуникации и развитие командного духа	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
175	1. Метод SMART для избегания неясности и недоразумений; дифференциация задач по уровням сложности с учетом опыта, компетенций и сильных сторон сотрудников; инструменты управления проектами (Trello, Asana, Jira) для распределения задач, отслеживания их выполнения, обеспечения прозрачности в распределении работы. 2. Гибкие условия труда; признание достижений; карьерные перспективы, участие в интересных проектах. 3. Регулярные совещания; создание командной атмосферы; использование принципа открытых коммуникаций	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
176	1. Персональная встреча с сотрудником для выяснения причин отсутствия на встречах и неисполнения обязательств; напоминание о правилах, ожиданиях, ответственности и важности соблюдения сроков и обязательств для успешной работы команды; разработка плана действий по исправлению ситуации.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	2. Открытая коммуникация; нейтральный подход, избегание обвинений и оскорблений; четкость ожиданий во избегание недоразумений. 3. Регулярная обратная связь от руководителя; установление четких правил и норм поведения командного взаимодействия; развитие командной ответственности за общий результат	1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
177	1. Формирование кросс-функциональных команд; проведение периодических совещаний между отделами; обеспечение прозрачности процессов и задач между отделами с помощью общих информационных систем и регулярных отчетов. 2. Создание общей платформы для отслеживания задач и статусов выполнения; планирование встреч и документов для избегания путаницы и снижения вероятности упущенных сроков. 3. Развитие культуры сотрудничества; определение общих целей и KPI, направленные на достижение общих целей всех отделов; регулярное обсуждение успехов и неудач	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
178	1. Поиск оптимального решения с учетом разных точек зрения; генерация новых идей; улучшение процессов в структуре команды; рост доверия и взаимопонимания. 2. Поощрение открытости при создании комфортной среды; регулярные обсуждения и обмен мнениями; объективная оценка мнений; поиск новых перспектив и нестандартных решений; создание условий для свободного высказывания мнений; разрядка напряжённости. 3. Медиация; переговоры; фасилитация; обратная связь; анализ конфликта; сотрудничество (поиск общих целей по объединению сотрудников в решении задач, поиску компромиссных решений, удовлетворяющих обе стороны)	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
179	1. Платформа для обмена знаниями; регулярные встречи по обмену опытом, тренинги; культура наставничества и обучение; профессиональное развитие; устойчивые связи между отделами. 2. Обмен знаниями в должностные инструкции; онлайн-встречи для удалённых сотрудников; удобная платформа для обмена знаниями; признание и награды сотрудников, которые активно делятся знаниями и опытом; обеспечение сотрудников полезной информацией для обмена знаниями. 3. Корпоративные чаты и форумы для обмена идеями; структурированная и легко доступная база данных; видеоконференции и звонки; совместные документы и доски задач; электронная почта	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

180	1. Знакомство и постановка целей (проведение стартовой встречи, где участники познакомятся друг с другом, обсудят цели проекта и свои роли); распределение задач (определение зон ответственности каждого участника с учетом профессиональных навыков); установление правил взаимодействия (разработка и согласование норм коммуникации, сроков выполнения задач, форматов отчетности); регулярная обратная связь (организация еженедельных встреч для обсуждения прогресса и решения возникающих вопросов. 2. Использование проектных менеджеров (Trello, Asana, Jira) для прозрачного распределения задач и отслеживания прогресса; тимбилдинг (мероприятия для сплочения команды); техники активного слушания (обучение навыкам конструктивного общения во избегание недопонимания); медиация (назначение нейтрального лица для помощи в разрешении спорных ситуаций). 3. Опросы участников (анкетирование для получения обратной связи о качестве коммуникации и уровне удовлетворенности работой в команде); анализ выполнения задач (оценка соблюдения сроков и качества выполнения поставленных задач); наблюдение за динамикой (отслеживание частоты и характера конфликтов, их разрешения); промежуточные KPI (оценка достижения ключевых показателей проекта	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
181	А3Б1В2Г5Д4	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
182	А4Б3В2Г5Д6	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
183	7312465	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
184	435126	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи

185	Г Обоснование выбора: Г. Главное отличие программы прикладного исследования от программы фундаментального исследования заключается в характере решаемых задач. Для фундаментального исследования основная цель – знание как таковое, максимально объективное, полное и точное, рациональное представление реальности, а для прикладного исследования – инструментально-эффективное знание о фрагменте реальности, предназначенное для решения конкретной практической задачи. Фундаментальные исследования направлены на усиление интеллектуального потенциала общества путем получения нового знания и его использования в общем образовании и подготовке специалистов. Прикладные исследования направлены на интеллектуальное обеспечение инновационного процесса, знания, получаемые в них, ориентированы на непосредственное использование в других областях деятельности (технологии, экономике, управлении и т. д.).	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
186	Г Обоснование выбора: Г. Процессный подход рассматривает исследование как непрерывное выполнение комплекса определенных взаимосвязанных между собой видов деятельности и общих функций управления. Объект исследования рассматривается в виде процесса, т.е. как совокупность взаимосвязанных, непрерывно выполняемых действий, преобразующих некоторые входы ресурсов, информации и т.п. в соответствующие выходы, результаты. В рамках данного подхода исследование рассматривается как процесс и использование процессного подхода обеспечивает непрерывность проведения исследовательских работ. Преимущество процессного подхода в исследовании состоит в непрерывности взаимосвязанного проведения исследовательских работ; получении новых качеств исследовательского результата; более полном выполнении требований к проведению исследований, в постоянном улучшении.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
187	БГД Обоснование выбора: Проведение исследования систем управления требует соответствующей организации. Б. Потребность в исследовании предопределяет масштаб и глубину исследования, качество которых в наибольшей степени влияет на достижение поставленных целей.	2 балла - полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный;

	Г. Предметом исследования являются взаимоотношения между сотрудниками аппарата управления, а также между подразделениями, расположенными на разных уровнях системы управления. При этом исследуется конкретная проблема, решение которой требует проведения исследований. Среди этих проблем могут быть следующие: развитие структуры управления; мотивация персонала; разработка управленческих решений и др. Д. Ресурсы обеспечивают успешное проведение исследований. Это, прежде всего, материальные ресурсы, трудовые ресурсы, финансовые ресурсы, информационные ресурсы, технические средства, необходимые для обработки результатов, а также правовые документы, характеризующие объект исследования.	0 баллов – остальные случаи
188	АВД Обоснование выбора: При обследовании системы управления используются три группы методов, которые применяются на трех последовательных этапах процесса обследования: методы сбора информации, методы обработки и анализа собранной информации, методы формирования решений. А. Функционально-стоимостной анализ относится к методам обработки и анализа собранной информации (второй этап), позволяет определить и проанализировать основные, дополнительные и ненужные функциональные затраты, выявить альтернативные варианты снижения затрат в управлении за счет упорядочения функций структурных подразделений предприятия. В. Анкетирование относится к методам сбора информации (первый этап обследования), позволяет изучить существующее состояние организации труда и использования рабочего времени в организации; помогает выявить и обобщить мнения и предложения работников о возможных мероприятиях, способствующих повышению эффективности управления и улучшению условий труда. Д. Морфологический анализ относится к методам формирования решений (последний этап), позволяет выбрать наиболее удачное решение из множества вариантов, учитывая средства и методы, причины и последствия, взаимодействие всех факторов внутренней и внешней среды организации.	2 балла - полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
189	БВД Обоснование выбора: Б. Метод аналогий ориентирует на использование опыта проектирования структур управления в аналогичных организациях и	2 балла - полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна

	предусматривает выработку типовых структур управления в различных видах организаций, определение условий и механизма применения. В. Экспертно-аналитический метод позволяет выявить специфические особенности работы аппарата управления, возможные недостатки в деятельности различных звеньев организационных структур, обоснованные рекомендации по их совершенствованию. На основе опроса экспертов осуществляется диагностика организационных структур действующих организаций и их оценка. Формулируются основные научные принципы формирования организационных структур с учетом конкретных ситуаций и условий деятельности организации. Д. Метод организационного моделирования представляет собой разработку формализованных математических, графических и других отображений распределения полномочий и ответственности в организации. Данный метод позволяет четко сформулировать критерий оценки степени рациональности предлагаемых организационных решений.	ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
190	Тестирование является достоверным индикатором успехов при исследовании систем управления и признается универсальным методом в исследования, оно экономически эффективно и способно приносить материальную выгоду предприятию. В управлении при помощи тестирования можно исследовать проблемы использования ресурсов (в частности, важнейшего из них – времени), уровень квалификации персонала, распределение функций управления, сочетание формального и неформального управления, стиль управления и др. Основное назначение теста – контроль и установление соответствия между значениями входных и выходных параметров испытуемой системы при выполнении ею различных функций и на различных режимах управления (ручной, автоматический и т.п.). Тесты также используются в качестве вспомогательных средств при принятии решений, связанных с профессиональной деятельностью, включая индивидуальное профконсультирование и решения руководителей организаций, касающиеся подбора и расстановки кадров. В управлении при проведении исследований часто используются деловые игры, «мозговые» атаки и т.д. Метод тестирования может применяться на всех стадиях подобных исследований, начиная от диагностики и заканчивая стадией внедрением результатов исследовательских работ в практику управления.	2 балла - полное правильное соответствие; 1 балл –если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

191	Эффективность исследования системы управления – это характеристика, которая показывает, как соотносятся затраты усилий или ресурсов на его проведение и результат или степень достижения цели. Эффективность исследования системы управления можно разделить на экономическую и социальную. Экономическая эффективность достигается взаимодействием ресурсов, что отражается в затратах и экономических результатах деятельности. Выразить это можно путём сопоставления ресурсов и показателей их использования. Социальная эффективность обеспечивается единством индивидуальных, коллективных и общественных интересов и выявляется с помощью таких характеристик, как уровень социальной активности, социально-психологический климат, соотношение формальных и неформальных структур, уровень квалификации кадров, условия труда и т. д. Оценить эффективность исследования системы управления можно по следующим показателям: – достижение всех запланированных или хотя бы основных целей; – сроки выполнения исследования: досрочно или в установленные сроки; – уровень новизны результатов; – актуальность и значимость исследования – возможный масштаб внедрения (реализации) результатов; – эффективность внедрения результатов исследования.	2 балла - полное правильное соответствие; 1 балл –если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
192	Современные условия управления – это, прежде всего, потребность в исследованиях. Эта потребность реализуется в самых различных проявлениях – организации, методологии и пр. Но одним из последствий реализации этой потребности является возникновение менеджеров, которых можно назвать менеджерами исследовательского типа. Менеджеры исследовательского типа в подавляющем большинстве случаев, должны соответствовать следующим основным требованиям: – профессиональная компетентность в области исследования систем управления; – умение заранее, заблаговременно, ставить проблемы, когда они еще только зарождаются; – системное восприятие действительности, процессов функционирования и развития управляемого объекта; – умение воспринимать, понимать, принимать и использовать точки зрения отличные от собственных или даже противоположные им;	2 балла - полное правильное соответствие; 1 балл –если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	– креативность (умение решать творческие задачи); – научная интуиция; – заинтересованность в объективных результатах исследовательской работы; – способность делать верные и удачные заключения при дефиците информации; – деловитость (оперативность, собранность, умение переключаться с одного вида деятельности на другой, коммуникативность, независимость суждений, мотивированность действий); – психологическая устойчивость и саморегуляция; – объективность; Кроме того, менеджеры-исследователи должны уметь систематизировать полученную информацию, инициировать новации в организации.	
193	Сущность ситуационного подхода заключается в оперативном изучении сложившейся ситуации и проведении исследовательских работ на основе использования преимущественно типовых процедур исследования и своего рода методов «моментальных фотографий» управленческой деятельности организации и ее отношений с внешней средой. При использовании ситуационного подхода объектами исследования могут быть методы и стиль управления, стратегия развития организации, внутренняя и внешняя среда организации. Ситуационный подход может использоваться в следующих случаях: 1. Если сравнительно часто повторяются типовые ситуации, требующие проведения однотипных исследовательских работ и этапов изучения системы управления, когда заранее вырабатываются стандартные исследовательские процедуры, выводы и решения. Достаточно лишь идентифицировать реальную исследовательско-управленческую ситуацию и по типовой схеме получить готовые выводы и рекомендации по принятию решения. 2. Когда возникают ситуации, отличающиеся от типовых и не имеющие стандартных готовых исследовательских процедур разрешения: – при отклонение от типовой ситуации, вызванной неопределенностью имеющейся информации, можно использовать специально разрабатываемые советующие компьютерные программы; выполнение таких советов позволит сделать исследовательские выводы и принять оптимальное решение, но только с определенной вероятностью; – при полном отклонении от типовой ситуации и отсутствии информации для принятия	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	исследовательских выводов следует использовать методы ситуационного анализа, что не исключает применение аналитических компьютерных программ.	
194	Логическое моделирование исследовательской проблемы позволяет провести всесторонний анализ проблемной ситуации, сформулировать цели и задачи исследования для выбора наиболее важных приемов сбора информации. Данный подход предполагает следующие этапы моделирования проблемы исследования: 1) собирается информация для первоначального осмысливания проблемы. Необходимая информация включает в себя базовые знания о компании, ее системе управления, направлении деятельности, рынках и конкуренции; 2) выявляются цели и ресурсы руководителя, предъявляющего потребность в исследовании. Эта информация не только позволяет уточнить проблемную ситуацию, но и выяснить имеющиеся ограничения; 3) выясняются симптомы проблемы. Симптомы – это следствия проблемы. В качестве главных индикаторов возможных проблем обычно рассматривается динамика показателей объема производства, прибыли, количество нареканий потребителей, состояние конкурентной борьбы; 4) выявляются базовые причины и структура проблемы; 5) определяются действия по смягчению проявления проблемы, на этом этапе генерируются подходы к решению проблемы; 6) определяется возможное воздействие принимаемых решений на решаемую проблему; 7) определяются задачи исследования; разница между существующим и требуемым уровнями информационного обеспечения является основой для определения задач исследования.	3 балла - полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
195	Социально-экономическое экспериментирование является одним из видов эксперимента и представляет собой реализацию искусственно созданного социально-экономического процесса в системе управления, на основе которого можно получить широкий спектр возможных состояний системы. Основными признаками социально-экономического эксперимента являются: – активное вмешательство в хозяйственную и управленческую системы; – планомерное введение относительно изолированного экспериментального фактора;	3 балла - полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	– планомерный контроль за существенными факторами влияния; – сведение эффектов изменения зависимых переменных к влиянию экспериментального фактора. Социально-экономические экспериментирование позволяет: провести социальную диагностику системы управления; выявить механизмы происходящих социально-экономических явлений, взаимосвязи между людьми, группами; оптимизировать социальные и экономические процессы в системе; снизить социальные и экономические риски и издержки системы; оценить эффективность эксперимента. Ограничения в применении социально-экономического экспериментирования: – сложность воспроизведения реальных условий при повторении; – социальные и экономические потери в результате неудачного планирования эксперимента; – участие людей делает социально-экономическое экспериментирование опасным, с высокой степенью риска видом экспериментального вмешательства в систему; – опасность для самих участников, т.к. в случае негативных исходов эксперимента может пострадать благополучие, здоровье и психика людей; – необходимость соблюдения правовых норм и правил, нужно рассчитывать меру риска, предполагаемые ущербы.	
196	1. Ключевая проблема и исследовательский вопрос: Ключевая проблема: Несоответствие ожиданий и потребностей поколения Z и предлагаемых условий работы в розничной торговле. Эта проблема является ключевой, поскольку поколение Z, выросшее в эпоху цифровых технологий и стремящееся к гибкости, самореализации и осмысленности работы, часто сталкивается с рутинными задачами, отсутствием возможностей для развития и жестким графиком в розничной торговле. Эти факторы приводят к разочарованию и желанию сменить место работы. Исследовательский вопрос: Какие факторы, связанные с работой в розничной торговле, наиболее значимо влияют на удовлетворенность и намерения уволиться среди сотрудников поколения Z, и какие управленческие решения могут снизить их влияние? Этот вопрос позволит выявить конкретные аспекты, вызывающие недовольство молодежи, и разработать практические рекомендации для компании. 2. Дизайн исследования: А) Тип исследования: Смешанный метод (комбинация качественных и количественных	3 балла - полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	методов). Это позволит получить как глубокое понимание мотиваций и переживаний молодых сотрудников, так и статистически значимые данные о влиянии различных факторов. Б) Методы сбора данных: Качественные: Глубинные интервью с молодыми сотрудниками, уволившимися из компании, для выявления причин увольнения и факторов неудовлетворенности. Фокус-группы с текущими молодыми сотрудниками для обсуждения их ожиданий от работы, проблем и предложений по улучшению условий. Количественные: Опросы текущих молодых сотрудников, включающие вопросы об удовлетворенности работой, мотивации, возможностях для развития, балансе между работой и личной жизнью, отношениях с руководством и коллегами, а также об их намерениях остаться в компании. Анализ кадровой статистики компании для выявления закономерностей в текучести кадров среди молодежи. В) Выборка: Целевая аудитория: Молодые сотрудники (поколение Z, обычно определяемое как лица, родившиеся после 1996 года) розничных магазинов компании. Размер выборки: Зависит от размера компании, но необходимо обеспечить репрезентативность выборки для различных типов магазинов, должностей и географических регионов. Для количественного опроса рекомендуется выборка не менее 300 человек, для глубинных интервью - 15-20 человек, для фокус-групп - 3-4 группы по 6-8 человек. Метод формирования выборки: Для опроса – стратифицированная случайная выборка (страты – типы магазинов, должности, регионы). Для интервью и фокус-групп – целенаправленная выборка (приглашаются сотрудники, имеющие опыт работы в компании, уволившиеся и работающие). Г) Методы анализа данных: Качественные: Тематический анализ данных интервью и фокус-групп для выявления ключевых тем, паттернов и инсайтов. Количественные: Регрессионный анализ для выявления факторов, наиболее сильно влияющих на удовлетворенность работой и намерения уволиться. Статистический анализ данных опросов для определения значимых различий между группами сотрудников.	

197	Исследование операций – это процесс, заключающийся в построении, разработке и применении математических моделей принятия решений в различных областях человеческой деятельности. Цель исследования операций – количественное обоснование принимаемых решений по организации управления. К методам и моделям исследования операций относятся: теория массового обслуживания, теория игр, методы сетевого планирования и др. Модели сетевого планирования и управления используются в управлении проектами с целью минимизации временных сроков их выполнения и стоимости работ. Отображают комплекс работ (операций) и событий, их взаимосвязь во времени и издержки, соотношения между сроками окончания крупного комплекса операций (работ) и моментами начала всех операций комплекса. Модель систем массового обслуживания позволяет сделать рациональный выбор структуры системы обслуживания и процесса обслуживания. Изучаются потоки требований на обслуживание, длительности ожидания и длины очередей, определяются оптимальное число каналов обслуживания, время обслуживания и т.п. При этом минимизируются затраты времени на ожидание в очереди и времени простоев каналов обслуживания и т.д. Среди моделей исследования операций особо выделяются модели принятия оптимальных решений в конфликтных ситуациях, изучаемые теорией игр. Теория игр позволяет выбрать лучшие стратегии с учетом представлений о других участниках, их ресурсах и их возможных поступках. Она может быть использована при исследовании системы управления для решения таких задач, как: – поиск методов оперативного устранения недостатков в управлении с учетом ограничений используемых ресурсов (материальных, финансовых, трудовых, информационных); – поиск путей минимизации затрат на достижение тех или иных целей управления в условиях выявленных резервов с учетом ограничений во времени; – заключение договоров и реализацию товаров на внутренних и внешних рынках.	3 балла - полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
198	1. Суть морфологического подхода состоит в том, чтобы с помощью систематических методов найти как можно большее количество или хоть сколько-нибудь возможные варианты решения заданной проблемы. Для выработки всех возможных вариантов решения проблемы производится	3 балла - полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность /

	комбинирование структурных элементов или признаков исследуемой системы. Исследование проводит группа подготовленных экспертов. Данный метод применяется на этапе генерации альтернатив. Его целями являются: исследование всех возможных вариантов решения задачи, вытекающих из закономерностей строения (морфологии) изучаемого объекта, что позволяет учесть, кроме существующих, необычные варианты, которые при простом переборе могут быть упущены исследователем. Морфологическое множество описания функциональных систем принято представлять в виде морфологической таблицы. 2. Применение данного метода имеет свой алгоритм. 1. Формулируется исходная цель или проблема, отражающая основные требования к синтезируемому объекту. 2. Выполняется генерация возможных альтернатив и построение морфологической таблицы. 3. Описываются свойства альтернатив. Они могут описываться функциональными или структурными признаками, с помощью вербальных или числовых шкал. 4. Выбирается критерий эффективности. 5. Выполняется перебор всех возможных вариантов (комбинаций альтернатив). Здесь же оценивается соответствие варианта требованиям поставленной задачи и отсеиваются заведомо нереализуемые варианты. 6. Выбирается оптимальный вариант. Данный метод можно успешно применить, например, для создания и вывода на рынок нового товара, для разработки маркетинговых стратегий, для планирования и разработки производственных систем, для анализа изображений.	ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
199	Планирование – это процесс, включающий в себя разработку основных направлений деятельности и развития организации, определение потребности в ресурсах и средствах, необходимых для реализации указанных направлений, а также выбор методов и способов осуществления намеченных мероприятий. Планирование исследования систем управления производится для того, чтобы на основе разработанного плана организовывать выполнение исследовательских и проектных работ в установленные сроки с заданным уровнем качества и в пределах выделенных ресурсов, на основе определенных организационных характеристик его проведения (установление функций, обязанностей, ответственности, взаимодействий участников).	3 балла - полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Отсутствие плана исследования систем управления ведет к безвозвратным потерям времени и других ресурсов, а в конечном итоге – к невозможности получения эффективных результатов. Основная задача планирования исследования управления – определение системы мероприятий, предусматривающих порядок, последовательность и сроки выполнения работ. При проведении прикладных исследований, изучающих проблемы конкретной организации, план работ может предусматривать также апробацию и внедрение результатов исследований в практику управления. Этапы планирования исследования: 1) выявление и изучение конкретной системы управления, подлежащей исследованию; 2) выявление объекта и предмета исследования; 3) составление перечня и специфики задач по анализу проблем, подлежащих решению при исследовании конкретного объекта (подразделения или рабочего места); 4) определение объемов работ и состава исполнителей. 5) определение сроков окончания отдельных работ и общего процесса исследования с учетом необходимых для этого средств; 6) распределение работ и средств между группами исполнителей.	
200	Различия между SWOT-анализом и PEST-анализом можно обнаружить на основе таких сравнительных характеристик: 1. Объем анализа: – SWOT-анализ: охватывает как внутренние (сильные и слабые стороны), так и внешние (возможности и угрозы) факторы; – PEST-анализ: фокусируется исключительно на внешних факторах макросреды, а не на внутренних аспектах организации. 2. Основные области деятельности: – SWOT-анализ: направлен на выявление и оценку внутренних и внешних факторов для разработки конкретных стратегических действий; – PEST-анализ: направлен на выявление и оценку факторов макросреды для получения справочной информации для принятия стратегических решений. 3. Специфика содержания: – SWOT-анализ: комплексный, включающий внутренние ресурсы и возможности, а также внешние факторы рынка и конкуренции; – PEST-анализ: фокусируется на факторах макросреды без конкретного анализа рынка или конкуренции.	3 балла - полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Сравнивая PEST- и SWOT-анализ, можно увидеть, что, имея свои особенности, они дополняют друг друга, между ними устанавливаются определенные связи: – взаимодополняемость: Политические, экономические, социальные и технологические факторы, выявленные с помощью PEST-анализа, могут быть дополнительно оценены как внешние возможности или угрозы в SWOT-анализе; – комбинированное использование: Организации часто используют SWOT- и PEST-анализ в стратегическом планировании. PEST-анализ помогает определить критически важные внешние факторы, а SWOT-анализ помогает объединить эти факторы для разработки конкретных стратегических мер; – усовершенствованный процесс принятия решений: Сочетая SWOT- и PEST-анализ, организации могут получить полное представление о своей внутренней и внешней среде, что позволяет принимать более обоснованные и эффективные стратегические решения, сохранять конкурентное преимущество в сложной и меняющейся среде.	
201	2517436	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
202	А2Б4В5Г1Д3	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
203	БВ Обоснование выбора: Б. Customer Lifetime Value (CLTV) напрямую отражает общую ценность, которую клиент приносит компании за все время сотрудничества. Увеличение CLTV свидетельствует о том, что клиенты остаются с компанией дольше и тратят больше денег, что является ключевым показателем успешной стратегии удержания. Индекс потребительской лояльности (NPS) измеряет готовность клиентов рекомендовать бренд другим. Высокий NPS указывает на то, что клиенты довольны продуктами/услугами и готовы продвигать бренд, что также является важным фактором удержания. В. Снижение затрат на привлечение новых клиентов говорит об эффективной работе с существующей клиентской базой и развитии	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	программ лояльности, что в конечном итоге удешевляет маркетинг. Увеличение количества упоминаний бренда в социальных сетях (особенно положительных или нейтральных) может указывать на рост вовлеченности клиентов, формирование сообщества вокруг бренда и усиление позитивного имиджа, что способствует удержанию.	
204	БД Обоснование выбора: Б. Дифференцированный маркетинг позволяет компании адаптировать свои предложения под конкретные потребности различных сегментов, что увеличивает их привлекательность и конкурентоспособность. Д. Непрерывное улучшение продукта и коммуникаций, основанное на данных, обеспечивает соответствие меняющимся требованиям рынка и ожиданиям потребителей, что является критически важным для удержания и привлечения клиентов.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
205	ВД Обоснование выбора: Ответ В нацелен на целевую аудиторию (экологически осознанных потребителей) через релевантные каналы (социальные сети, блогеры). Ответ Д создает доверие и повышает осведомленность о преимуществах продукта, что критично для экологичной продукции.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
206	В микросреде действуют: внутренние силы, представленные ее подразделениями, влияющими своей деятельностью на принятие решений руководством фирмы; внешние силы, представленные поставщиками, маркетинговыми посредниками, клиентами, конкурентами и контактными аудиторами. 1. Клиентура. В нашем случае имеет место быть потребительский рынок - отдельные лица и домохозяйства, приобретающие товары и услуги для личного потребления. Необходимо проанализировать: что произошло с потенциальными клиентами - покупателями стройматериалов. Выяснить причину, почему они стали покупать меньше товаров. 2. Поставщики. В данном случае поставщиков фирмы анализировать нет смысла. Необходимо проанализировать прочих поставщиков: может быть на рынке появилось предложение по ценам, ниже, чем у нашей фирмы. 3. Посредники. Услугами посредников наша фирма не пользуется, анализ не проводится.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	4. Конкуренты. Это физические или юридические лица (соперники), которые производят товары-аналоги, товары-заменители или осуществляют свою деятельность на том же самом рынке, что и другие производители. Анализ конкурентов, их цен, дополнительных предложений необходимо анализировать в первую очередь. Вполне возможно, что появился конкурент, который сбивает цены на рынке, поэтому и произошел отток клиентов. После проведения всестороннего исследования руководитель отдела маркетинга должен сделать выводы и предложить меры, которые повлекут за собой рост продаж.	
207	Макросреда включает в себя основные факторы, влияющие на интересы фирмы: экономические, демографические, научно-технические, природные, политико-правовые, культурные. 1. Демографические изменения имеют значительный эффект на то, какие продукты компания будет производить, какой сервис предоставлять, какие рынки и каких покупателей обслуживать. Необходимо проанализировать демографические изменения. Вполне возможно, что клиенты подходящего возраста для покупки авто стали составлять меньшую долю. По этой причине продажи и могли упасть. 2. Уровень дохода. Средний уровень дохода населения стран, в которых компания осуществляет свою деятельность, еще один фактор, составляющий экономическую компоненту. Если в уровень дохода населения или группы потребителей падает, это означает, что компании нужно искать методы удержание доли рынка за счет существующих средств, начинать обслуживать новый сегмент или принять другое соответствующее решение. Необходимо проанализировать уровень доходов потенциальных клиентов. Вполне возможно, что уровень доходов их упал, что и повлекло за собой снижение спроса. 3. Уровень инфляции также входит в экономическую составляющую, которая влияет на деятельность компании. Во время инфляции покупательская способность денег падает, что также вынуждает компанию находить пути для дальнейшего оперирования на рынке. 4. Создание новых продуктов, процессов, или усовершенствование старых - все это относится к категории инноваций. Компания должна отслеживать технологические инновации по двум причинам. Первая, это отслеживание технологий,	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	напрямую соотносящихся к ее бизнесу с целью поддерживать конкурентоспособность на рынке. В этом случае использование инноваций дает компании конкурентные преимущества. Второй случай, это отслеживание технологических трендов в отраслях, которые могут быть и не связаны напрямую с деятельностью компании. После проведения всестороннего исследования руководитель отдела маркетинга должен сделать выводы и предложить меры, которые повлекут за собой рост продаж.	
208	а) стратегия лидерства. Стратегия лидерства подразумевает создание конкурентных преимуществ через развитие собственного производства, что позволяет контролировать качество и затраты, а также внедрение новых товаров, что способствует удовлетворению потребностей рынка и укреплению позиций компании. Такой подход помогает компании выделяться среди конкурентов, обеспечивая устойчивый рост и прибыльность. б) стратегия дифференциации. Стратегия дифференциации направлена на создание уникальных продуктов, которые выделяются на фоне конкурентов, что позволяет компании привлекать различные сегменты рынка. Разработка новых видов продукции, таких как сумки и обувь, расширяет ассортимент и удовлетворяет разнообразные потребности потребителей, что способствует увеличению рыночной доли. в) стратегия развития рынка. Освоение новых целевых рынков, таких как пошив детской спортивной одежды, позволяет компании расширить свою клиентскую базу и увеличить объем продаж. Эта стратегия развития рынка направлена на привлечение новых потребителей и удовлетворение их потребностей, что способствует росту бизнеса.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
209	А2Б1В5Г6Д3	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
210	А4Б5В1Г3Д2	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
211	23154	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи

212	43125	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
213	АГ Обоснование выбора: А. Анализ внешней среды — это важнейший элемент стратегического бизнес-планирования. Он включает в себя изучение факторов, которые могут повлиять на бизнес, таких как конкуренция, рыночные тенденции, экономические и законодательные условия. Понимание внешней среды позволяет компании адаптироваться и находить возможности для роста. Г. Оценка внутренних ресурсов — другой ключевой аспект. Это включает в себя анализ сильных и слабых сторон компании, таких как финансы, человеческие ресурсы и производственные возможности. Эта информация помогает в формулировании стратегии, основанной на фактическом состоянии компании, и позволяет использовать свои сильные стороны для достижения конкурентных преимуществ.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
214	АД Обоснование выбора: А. Контекстная реклама позволяет нацелиться на конкретные запросы пользователей, которые уже ищут товары или услуги, аналогичные тем, которые предлагает компания. Это значит, что реклама будет показываться только тем, кто заинтересован, что увеличивает вероятность конверсии (превращения посетителя в покупателя). Такой подход имеет высокую степень отдачи на инвестиции и позволяет быстро достичь намеченных целей. Д. Социальные сети обеспечивают возможность взаимодействия с целевой аудиторией и создания комьюнити вокруг бренда. Регулярные публикации интересного и полезного контента помогают поддерживать интерес к продукту, строить доверие и лояльность клиентов. Это поможет не только привлечь новых покупателей, но и удержать существующих, что особенно важно в условиях высокой конкуренции.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
215	1. Можно использовать стратегию дифференциации, чтобы предлагать клиентам автомобили, отличные от мощного конкурента – компании «С». 2. Стратегической концепции как таковой у компании нет, так как она фрагментарно решает возникающие перед ней сложности. Никакого четкого стратегического плана развития на рынке у	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	компании не разработано. Ведь стратегическая концепция представляет собой, по сути, агрегированную стратегию компании, то есть в концепции определяются основные направления развития компании. 3. Стратегическая концепция компании содержит в себе базовые предположения, используемые при разработке стратегии, а также описание стратегической идеи, на основе которой выстраивается стратегический план компании. Составляющих подобной концепции не выявлено.	1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
216	1. Необходимо начать с анализа демографических, психографических и поведенческих характеристик молодежи, используя существующие исследования и данные. После этого выделить ключевые сегменты, такие как студенты, молодые профессионалы и активные пользователи технологий, чтобы сосредоточиться на тех, кто наиболее восприимчив к нашему продукту. 2. Рекомендуется использовать стратегию дифференциации, подчеркивая уникальные особенности продукта, такие как экологичность или инновационные технологии. Одновременно можно провести целевую маркетинговую кампанию, которая обращается к эмоциональным аспектам молодежной культуры, таким как самовыражение и устойчивость. 3. Возможные риски включают недостаточно глубокое понимание местных предпочтений и сильную реакцию конкурентов. Для их минимизации, необходимо провести дополнительные исследования, включающие опросы и фокус-группы, а также разрабатывать гибкую стратегию, которая позволяет адаптировать продукт в ответ на отзывы потребителей и экономические изменения на рынке.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
217	1. Снижение цены с 2600 руб. до 2500 руб. составляет 4 %. Это означает, что при эластичности 1,5 объем продаж товара увеличится на 6 % (1,5 × 4 % = 6 %) и составит 1,272 млн. шт. (1200000*1,06 = 1272000 шт.) 2. Выручка при цене до снижения: 2600 руб.× 1,2 млн. шт. = 3120 млн. руб. 3.Выручка при цене после снижения: 2500 руб.× 1,272 млн. шт. = 3180 млн. руб. 4. Соответствующий эффект составит: 3180 млн. руб. − 3120 млн. руб. = 60 млн. руб. Вывод. Таким образом, при снижение цены на 100 руб. выручка от продажи увеличится на 60 млн. руб. (выгодно).	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
218	1. Определим прибыль от продажи единицы товара:	3 балла -полный правильный ответ;

	П=3000-2500=500 руб. 2. Определим прибыль от продаж в результате проведенной рекламной акции: $П_{общ}$=75000*500=37500000 руб. 3. Определим эффективность рекламной акции: 37500000/1500000=25 Вывод. Таким образом, эффективность Интернет-рекламы составляет 25. Это означает, что на каждый рубль, потраченный на рекламу, фирма заработала 25 рублей прибыли.	2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
219	1. Для анализа текущего положения компании необходимо провести SWOT-анализ (сильные и слабые стороны, возможности и угрозы). Сильные стороны «EcoGoods» включают наличие уникального предложения экологически чистых продуктов и устойчивого бренда. Однако слабые стороны — это ограниченный рекламный бюджет и недостаток опыта в цифровом маркетинге. Возможности включают рост интереса к экологическим товарам и сотрудничество с влиятельными блогерами, а угрозы — высокая конкуренция и изменяющиеся регуляторные требования. Поэтому, «EcoGoods» находится в положении, где имеет потенциал для роста, но при этом сталкивается с серьезными вызовами. 2. Основные стратегии, которые можно использовать для продвижения продукции «EcoGoods», включают: 2.1. Контент-маркетинг: создание качественного контента, связанного с экологией и здоровым образом жизни, который будет привлекать целевую аудиторию и повышать доверие к бренду. 2.2. Активное продвижение в социальных сетях. 2.3. Партнёрства: сотрудничество с экологическими организациями и блогерами для увеличения охвата и привлечения новой аудитории. 3. Для оценки эффективности реализованных стратегий можно использовать следующие метрики: 3.1. Аналитика трафика: с помощью инструментов веб-аналитики (например, Яндекс Метрика) отслеживать количество посетителей сайта. 3.2 Социальные показатели: анализ вовлеченности в социальных сетях (лайки, комментарии, репосты) и рост числа подписчиков поможет оценить интерес к контенту и продукциям компании. 3.3. Обратная связь: получение отзывов от клиентов о новых акциях и услугах даст понимание,	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	насколько они востребованы и приняты целевой аудиторией.	
220	1. Вариант 1 (снижение цены): Общая прибыль: 200 у.е. * 5000 = 1 000 000 у.е. 2. Вариант 2 (усиление рекламы и сбыта): Дополнительные затраты на единицу: (150 - 100) + (120 - 50) = 120 у.е. Прибыль с компьютера после вычета затрат: 300 - 120 = 180 у.е. Общая прибыль: 180 у.е. * 5000 = 900 000 у.е. 3. Вывод: Снижение цены (вариант 1) приводит к большей общей прибыли (1 000 000 у.е.) по сравнению с усилением рекламы и сбыта (900 000 у.е.).	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
221	514623	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
222	А35Б4В2Г16	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
223	А Обоснование выбора: А. Для того, чтобы заинтересовать потенциальных инвесторов. Резюме проекта представляет собой краткое изложение ключевых моментов всего бизнес-плана и должно быть написано так, чтобы привлечь внимание читателя.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
224	АБГ Обоснование выбора: А. Служба маркетинга разрабатывает стратегию продвижения продукции, что включает планирование объемов продаж. Б. Маркетинговые исследования являются одной из ключевых функций отдела маркетинга для понимания потребностей рынка и поведения потребителей. Г. Анализ конкурентной среды входит в задачи службы маркетинга для разработки эффективных стратегий позиционирования продукта.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
225	АГ Обоснование выбора: А. Использование дилерской сети позволяет производителю экономить на логистике, так как дилеры берут на себя часть транспортных расходов.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/

	Г. Также дилерская сеть помогает производителю расширить географию своего присутствия и получить доступ к новым рынкам.	ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
226	1. Можно инициировать регулярные встречи для обсуждения идей, на которых каждый член команды мог бы высказать свое мнение в открытой и поддерживающей атмосфере. 2. Можно внедрить систему маленьких мотивационных бонусов за достижения команды и поощрять креативные инициативы, чтобы сделать процесс работы более увлекательным. Также необходимо организовать установление четких сроков и размеров задач, чтобы каждый член команды четко понимал свои обязательства и ответственность.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
227	Для выбора канала товародвижения по критерию эффективности используют формулу отношения прибыли к затратам: 1. канал нулевого уровня: 555/ (170+130) = 555/300 = 1,85 руб., что означает, что 1 руб. средств, вложенная в работу канала товародвижения приносит прибыль в сумме 1,85 руб. 2. одноуровневый канал: 120/60 = 2 руб., что означает, что 1 руб. средств, вложенная в работу канала товародвижения приносит прибыль в сумме 2 руб. 3. двухуровневый канал: 196/70 = 2,8 руб. что означает, что 1 руб. средств, вложенная в работу канала товародвижения приносит прибыль в сумме 2,8 руб. Вывод: предпочтение необходимо отдать двухуровневому каналу товародвижения.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
228	1. Для исследования рынка перед выпуском нового продукта бытовой техники целесообразно выбрать фокус-группы, т.к. этот метод позволяет глубоко понять мнение потенциальных покупателей и выявить их ожидания относительно нового товара. Причина выбора фокус-групп: быстрая адаптация вопросов в ходе обсуждения; получение качественной обратной связи от целевой аудитории; возможность обсудить детали нового товара с участниками. 2. Вопросы для участников: какие функции ожидаете увидеть в новом товаре? Насколько важна для Вас цена данного устройства? Что могло бы заставить Вас выбрать наш новый продукт вместо продукта конкурентов?	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
229	А3Б5В1Г2Д4	1б — полное правильное соответствие;

		0 б — остальные случаи
230	32154	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
231	Б Обоснование выбора: Эффективность решений составит: ((119500 - 112500) : 15500) х 100%=45,2%	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
232	1. Для повышения мотивации сотрудников отдела продаж можно использовать следующие стратегии: 1.1. Система вознаграждений и бонусов. 1.2. Профессиональное развитие. 1.3. Коммуникация и обратная связь. 2. Для оценки эффективности работы каждого менеджера по продажам и улучшения результатов можно использовать следующие подходы: 2.1. Ключевые показатели эффективности (KPI): установить четкие KPI, такие как объем продаж, количество новых клиентов, уровень удовлетворенности клиентов и коэффициент конверсии лидов в продажи. Регулярно отслеживать эти показатели для оценки производительности каждого менеджера. 2.2. Регулярные отчеты и анализ: проводить регулярные встречи с менеджерами для обсуждения их результатов, анализа успехов и неудач, и определения областей для улучшения. 2.3. Обучение и коучинг: предоставлять индивидуальное обучение и коучинг для менеджеров, которые испытывают трудности с достижением целей. Это может включать совместные встречи с клиентами, тренинги по продажам и стратегии переговоров.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
233	1. Необходимо сосредоточиться на нескольких ключевых данных: общий объем продаж, количество закрытых сделок, средние значения сделки, уровень вовлеченности клиентов (например, количество встреч и звонков) и клиентская удовлетворенность. Эти данные помогут увидеть, кто из сотрудников наиболее эффективен и в каких областях есть пробелы. 2. Чтобы улучшить производительность сотрудников необходимо организовать индивидуальные встречи с сотрудниками, у которых низкие показатели, чтобы обсудить результаты анализа, выслушать их мнение о причинах трудностей и предложить индивидуальные планы	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	обучения и коучинга. Также важно внедрить регулярные тренинги по продажам и обмену опытом между успешными и менее успешными сотрудниками в команде.	
234	1. Анализ причин снижения продаж и определение проблем 1.1. Снижение объема продаж: за последние три месяца объем продаж снизился с 500 000 руб. до 380 000 руб. (на 24%). Это указывает на снижение эффективности продаж. 1.2. Среднее количество новых клиентов оставалось относительно стабильным, что может говорить о том, что проблема не только в привлечении новых клиентов. 1.3. Коэффициент конверсии лидов в продажи: низкий коэффициент конверсии (15%) указывает на проблемы в процессе продаж или в качестве лидов. 1.4. Среднее время обработки лидов 3 дня может быть слишком долгим, что может привести к потере интереса со стороны потенциальных клиентов. 2. План действий для улучшения результатов продаж 2.1. Улучшение качества лидов (внедрить более точные системы лид-дженерации, провести анализ существующих каналов привлечения лидов и оптимизировать их). 2.2. Ускорение обработки лидов (внедрить автоматизированные системы для быстрой обработки лидов, уменьшить среднее время обработки до 1 дня). 2.3. Повышение коэффициента конверсии (провести тренинги для менеджеров по продажам по эффективным техникам продаж, внедрить систему регулярной обратной связи с клиентами для улучшения понимания их потребностей). 2.4. Мониторинг и корректировка (регулярно отслеживать KPI и вносить корректировки в стратегию продаж по мере необходимости).	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
235	1. Разработка стратегии повышения продаж 1.1. Модернизация ценовой политики (ввести временные скидки на наиболее популярные товары, запустить программу лояльности для постоянных клиентов, предлагая бонусы за повторные покупки). 1.2. Укрепление маркетинговых усилий (запустить новую рекламную кампанию, акцентируя внимание на экологических преимуществах продуктов; использовать социальные сети и influencer-маркетинг для привлечения молодежной аудитории; организовать акции «Купи один — получи второй со скидкой» или подобные, чтобы стимулировать продажи).	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	1.3. Расширение каналов сбыта (исследовать возможность размещения продукции в новых торговых точках, таких как крупные сети и интернет-магазины, для увеличения доступности). 2. Эти подходы помогут привлечь новых клиентов и увеличить лояльность существующих. Снижение цены при разумной маркетинговой кампании может значительно повысить интерес к продукту, а программы лояльности будут способствовать повторным покупкам.	
236	Примерный план действий по разработке эффективного плана продаж по предприятию может выглядеть следующим образом: Часть 1. Глубокий анализ текущей проблемы предприятия. 1.1. У предприятия полностью отсутствует план продаж. Перед разработкой плана продаж необходимо установить четкие сроки решения актуальных задач. 1.2 Специалисты предприятия не четко знают набор элементов, на основе которых строится такой документ как план продаж. 1.3 Для получения достоверных данных по продажам нужно изучить и проанализировать минимум 3-х летний период. Меньший срок повысит риск погрешностей, а полученная информация может оказаться недостаточно достоверной. Часть 2 Разработка плана продаж. 2.1 После сбора данных исходя из отчетов и выводов предыдущих периодов, необходимо учесть определенные прогнозы, связанные с расширением ассортимента оборудования в текущем году или планированием расширения, или сокращения деятельности предприятия. 2.2 Провести оценку предстоящего положения клиентской базы и других неценовых факторов спроса. 2.3 Чтобы достижение поставленных целей было реальным, необходимо учитывать особенности изучаемого предприятия. Для этого надо использовать алгоритм, который рекомендуется применять при составлении плана продаж. Часть 3. Оценка результатов изменений в эффективности продаж предприятием при разработке плана продаж. 3.1 При разработке плана продаж будет сформирована команда и распределены роли между ее членами, определена целевая аудитория, показаны ресурсы и инструменты для выполнения плана, закреплены цены, скидки, акции, бонусы и спрогнозированы продажи каждого продукта, с выделением наиболее перспективных.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	3.2. Прогнозирование продаж будет осуществляться с помощью существующих методов. Специалисты предприятия разрабатывают свой проверенный способ, соответствующий особенностям деятельности и потребностям бизнеса и составляют алгоритм расчета показателей эффективного плана продаж. 3.3. Разработанный план продаж позволит предприятию выделить четкие цели и расставить приоритеты, выявить и быстро устранить проблемы, а также выявить актуальный спрос и новые каналы сбыта, сформировать стратегию и тактику рекламы и продаж. *Общий вывод.* План продаж координирует работу специалистов отдела продаж, позволяет ставить четкие, понятные цели для развития бизнеса и предельно точно доносить их до отдела. В нем прописаны четкие цели для всего структурного подразделения и каждого менеджера отдельно, рассчитаны KPI и изложены стратегии развития.	
237	БВГ Обоснование выбора: Б. Темп роста продаж за 1 месяц измеряет увеличение (или уменьшение) объема продаж по сравнению с предыдущим месяцем и позволяет получить практическую информацию для дальнейшей оптимизации процессов продаж, стратегий и продуктовых приоритетов. В. Коэффициент конверсии лидов позволяет отслеживать количество лидов, которые конвертируются в клиентов, может служить проверенным планом для будущего привлечения клиентов. Г. Создание возможности продажи это KPI, который отслеживает возможности продаж, созданные представителями компании, что позволяет прогнозировать будущие продажи и определять, какие возможности наиболее целесообразно использовать.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
238	1. В данном случае предприятие может получить прибыль от дорогостоящего товара и убыток от дешёвого. Это мотивируется тем, что в целом компания получает среднюю норму прибыли. Предприятие должно производить 40 ед., половину из которых составят изделия лучшей модели, минимальная цена которой 4 250 руб. Базовую модель она должна продавать по 2 500 руб., улучшенную — по 6 000 руб., то есть средняя цена составит (2500+6000) / 2=4250 руб. за единицу. Это будет для предприятия прибыльным и предотвратит конкуренцию.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный;

	2. Стратегия «выше номинала» используется предприятием, тогда, когда оно сталкивается с неравномерностью спроса на взаимозаменяемые товары и может получить дополнительную прибыль за счёт роста масштаба производства одного из товаров.	0 баллов – остальные случаи
239	1. Доля предприятия с учетом продаж предприятием в первом сегменте 8 млн. шт. продукции при ёмкости рынка в этом сегменте 24 млн. шт. продукции. 1 сегмент: (8 : 24) х100 = 33,3% 2. Объём продаж в настоящем году, если ёмкость рынка в 1 сегменте возрастет на 2% и доля предприятия увеличится на 5%. Объем продаж:1 сегмент: 24×1,02 = 24,48 млн. шт. Доля рынка 1 сегмент: 33,3 + 5 = 38,33% 3. Определить объём продаж в 1 сегменте: 1 сегмент: (24,48 х 38,33) :100 = 9,383 млн. шт. 4. Ёмкость рынка во втором сегменте, если доля предприятия составляет 6%, объём продаж – 5 млн. шт., и ёмкость рынка возрастет на 14%: (5 : 6) х 100 = 83,333 млн. шт. 83,333×1,14 = 94,999 млн. шт. 5. Объём продаж в 2 сегменте с учетом того, что доля предприятия в этом сегменте сохранится и останется равной 6%: (94,999 х 6) : 100 = 5,699 млн. шт. Вывод: объём продаж предприятия выше в 1 сегменте, поэтому в целях эффективного подхода к управлению продажами предприятию будет целесообразно направить усилие на продажу продукции в 1 сегменте.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
240	1. Определим величину маржинального дохода: 800000 + 500000 = 1300000 руб. 2. Рассчитаем удельный маржинальный доход: 7500 - 5000 = 2500 руб. 3. Определим необходимое количество реализуемых изделий для получения планируемой прибыли: 1300000 : 2500 = 520 шт. Вывод: для того чтобы обеспечить 500000 руб. прибыли, предприятие должно более эффективно подойти к управлению продажами и продать 520 костюмов.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
241	А6Б5В1Г2Д8	1 балл — полное правильное соответствие;

		0 баллов — остальные случаи
242	613254	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
243	Д Обоснование выбора: Д. Хотя все перечисленные факторы играют важную роль в создании привлекательного имиджа территории, именно эффективное управление и маркетинг являются ключевыми для успешного брендинга. Без грамотного управления и стратегического подхода к продвижению территории, даже самые уникальные и привлекательные характеристики могут остаться незамеченными. Эффективное управление позволяет интегрировать все аспекты бренда, создавая целостное и привлекательное предложение для целевой аудитории.	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
244	ВГД Обоснование выбора: В. Разработка стратегии продвижения в социальных сетях: социальные сети являются мощным инструментом для распространения информации о территории, взаимодействия с аудиторией и формирования позитивного имиджа. Эффективная стратегия в социальных медиа помогает привлекать внимание к событиям и особенностям региона. Г. Организация культурных мероприятий и фестивалей: культурные мероприятия способствуют созданию уникального имиджа территории и привлекают туристов, что важно для формирования положительных ассоциаций с брендом. Д. Создание официального сайта территории: официальный сайт служит основным информационным ресурсом, где потенциальные туристы и инвесторы могут узнать о достопримечательностях, услугах и событиях региона, что способствует его продвижению.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
245	1) Для разработки бренда города Псков необходимо провести следующие ключевые процессы: 1. Исследования и анализ: провести исследования для понимания уникальных особенностей города, таких как исторические достопримечательности и культурные события; анализировать потребности и ожидания потенциальных туристов и инвесторов. 2. Определение целей и задач: поставить цели по увеличению туристического потока и привлечению	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	инвестиций; разработать задачи для достижения этих целей, например, повышение узнаваемости бренда. 3.Выбрать инструменты маркетинга: - реклама: использовать рекламу в различных каналах для продвижения бренда; - PR-мероприятия: организовывать культурные и бизнес-форумы для демонстрации потенциала города; - социальные сети: использовать для создания онлайн-присутствия и вовлечения аудитории. 2) Влияние на привлечение туристов и инвесторов. Привлечение туристов: брендинг может повысить привлекательность города, подчеркивая его уникальные достопримечательности. Привлечение инвесторов: брендинг может стимулировать инвестиции, демонстрируя потенциал города для бизнеса.	
246	1.Этапы формирования бренда: Исследования и анализ: провести исследования для понимания уникальных особенностей Макеевки, таких как его исторические достопримечательности и культурные события; анализировать потребности и ожидания потенциальных туристов и инвесторов. Определение уникальных особенностей: выделить достопримечательности и особенности, которые делают город уникальным. 2.Этапы закрепления бренда: Реклама и PR-мероприятия: использовать рекламу в различных каналах для продвижения бренда; организовывать культурные и бизнес-форумы для демонстрации потенциала города. Социальные сети: использовать для создания онлайн-присутствия и вовлечения аудитории; регулярно обновлять контент и реагировать на обратную связь.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
247	Брендинг территории помогает формировать уникальный имидж города, способствует привлечению туристов, инвесторов и новых жителей. Создание бренда города — это многогранный процесс, который требует комплексного подхода и включает в себя несколько ключевых этапов: 1. Исследование и анализ, включает в себя: - анализ целевой аудитории: определение основных групп потребителей (туристы, местные жители, бизнесмены и инвесторы). Понимание их потребностей и предпочтений является ключевым для формирования успешного бренда. - SWOT-анализ: оценка сильных и слабых сторон города, а также возможностей и угроз. Позволяет выявить уникальные характеристики территории и области для улучшения.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	- изучение конкурентов: анализ других городов, которые уже имеют успешные бренды. Это помогает понять, какие стратегии работают, а какие нет. 2. Определение уникального предложения. На основе проведенного исследования необходимо определить уникальное предложение (USP) города. Это может быть связано с историческим наследием, культурными традициями, природными ресурсами или инновационными технологиями. 3. Разработка визуальной идентичности. Этот этап включает: - создание логотипа: логотип должен быть простым, запоминающимся и отражающим уникальные черты города. - разработка цветовой палитры и шрифтов: эти элементы должны быть согласованы с общей концепцией бренда и использоваться во всех коммуникациях. - создание слогана: слоган должен быть кратким и отражать основное сообщение бренда. 4. Стратегия продвижения, включает в себя: - маркетинговые кампании: использование различных каналов — от традиционной рекламы (телевидение, печатные издания) до цифрового маркетинга (социальные сети, контент-маркетинг). - проведение мероприятий: организация фестивалей, выставок и других событий. - сотрудничество с местным бизнесом: вовлечение местных предпринимателей в процесс создания бренда может помочь создать более аутентичное предложение. 5. Оценка результатов. Оценка эффективности может осуществляться через: опросы и отзывы (сбор мнений местных жителей и туристов о восприятии бренда), анализ статистики (изучение данных о количестве туристов, инвестициях в город и других показателях), корректировка стратегии (на основе полученных данных необходимо вносить изменения в стратегию продвижения для улучшения результатов).	
248	Рассмотрим методы оценки эффективности бренда города и ключевые показатели. Методы оценки эффективности бренда города и инструменты комплекса маркетинга: 1. Качественные методы: опросы местных жителей, туристов и бизнесменов могут предоставить ценную информацию о восприятии бренда. Фокус-группы также могут помочь выявить мнения о том, что делает город уникальным или привлекательным. 2. Количественные методы: сбор статистических данных о количестве туристов, уровне инвестиций,	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный;

	занятости и других экономических показателях может дать ясное представление о том, как бренд влияет на экономику города. 3. Анализ медиа-упоминаний: изучение упоминаний о городе в СМИ, социальных сетях и каналах может помочь понять, как воспринимается бренд в общественном сознании. Для оценки эффективности бренда города можно использовать следующие ключевые показатели: - количество туристов: увеличение числа туристов является одним из основных индикаторов успешности бренда. - уровень инвестиций: если бизнесы начинают открываться в городе или увеличивают свои вложения, это может указывать на успешный имидж. - уровень удовлетворенности местных жителей: опросы местных жителей о качестве жизни и восприятии города могут дать представление о том, насколько эффективно работает бренд. - имидж в социальных сетях: анализ упоминаний в социальных сетях, каналах и уровень вовлеченности аудитории, положительные отзывы и активное обсуждение событий. Результаты анализа эффективности бренда могут существенно повлиять на дальнейшие стратегии продвижения: 1.Корректировка маркетинговых стратегий: если определенные аспекты бренда не работают так, как ожидалось (например, низкий интерес к культурным мероприятиям), это может потребовать пересмотра подхода к их организации или продвижению. 2.Фокус на сильные стороны: анализ может выявить сильные стороны города (например, уникальные культурные события), которые стоит развивать дальше. 3.Улучшение взаимодействия с местными жителями: если опросы показывают низкий уровень удовлетворенности местных жителей, это может потребовать внедрения новых инициатив для улучшения качества жизни в городе. Анализ эффективности бренда города — это комплексный процесс, который требует использования различных методов оценки и учета множества показателей. Примеры успешных и неудачных городских брендов подчеркивают важность постоянного мониторинга и адаптации стратегий для достижения максимальной эффективности.	0 баллов – остальные случаи
249	А2Б5В1Г6Д4Е3	1 балл — полное правильное соответствие;

		0 баллов — остальные случаи
250	4321765	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
251	БГД Обоснование выбора: Б. Четкость сообщения является критически важной для успешной рекламы. Даже самая креативная реклама не будет эффективной, если аудитория не понимает, что именно предлагает бренд. Простота и ясность в передаче информации помогают быстро донести суть до потребителей. Г. Эмоциональная вовлеченность аудитории играет ключевую роль в восприятии рекламы. Зрелищная реклама, которая вызывает сильные эмоциональные реакции (радость, удивление, ностальгию), может значительно повысить уровень вовлеченности аудитории и способствовать формированию долгосрочных ассоциаций с брендом. Д. Уникальность и оригинальность идеи в условиях высокой конкуренции помогают выделиться на фоне других рекламных кампаний. Креативные концепции привлекают внимание и запоминаются, что способствует формированию положительного имиджа бренда.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
252	АБГ Обоснование выбора: А. Виртуальная реальность (VR): позволяет создать погружающий опыт для пользователей, что делает рекламу более интерактивной и запоминающейся (демонстрации продуктов в уникальных условиях или создание виртуальных туров), что значительно увеличивает вовлеченность аудитории. Б. Мобильные приложения с дополненной реальностью (AR): позволяют интегрировать цифровые элементы в реальный мир через мобильные устройства. Это может быть использовано для создания уникального пользовательского опыта перед покупкой. Г. Геймификация: включает использование игровых элементов в маркетинговых кампаниях для повышения вовлеченности пользователей (конкурсы, награды за выполнение определенных действий или создание игровых приложений), что помогает привлечь и удержать внимание аудитории.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
253	1.Средства интенсификации творческого мышления:	2 балла -полный правильный ответ;

	Мозговой штурм: этот метод предполагает генерацию как можно большего количества идей без предварительной оценки их осуществимости, помогает команде расслабиться и свободно выражать свои мысли, что может привести к появлению инновационных идей. Дизайн-мышление: этот подход фокусируется на понимании потребностей пользователей и создании решений, которые удовлетворяют эти потребности; помогает команде сосредоточиться на создании ценностей для клиента и разработать решения, которые действительно отвечают его потребностям. Изменение среды: изменение рабочей среды может стимулировать творчество, поскольку новая обстановка может вдохновить на новые идеи; может помочь команде выйти за рамки привычных мыслительных шаблонов. 2. Роль каждого средства: мозговой штурм помогает генерировать большое количество идей, что увеличивает шансы на появление инновационных решений; дизайн-мышление обеспечивает ориентацию на потребности клиента, что повышает вероятность создания действительно эффективных маркетинговых стратегий; изменение среды стимулирует творчество, создавая новые впечатления и вдохновляя команду на нестандартные решения.	1 балл - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
254	1.Последовательность этапов использования креативных рекламных технологий: Планирование: на этом этапе определяются цели кампании, целевая аудитория и бюджет. Разработка креативных концепций: этот этап направлен на создание уникальных и запоминающихся рекламных сообщений, которые привлекут внимание аудитории. Реализация: включает в себя техническое воплощение креативных концепций и их распространение среди целевой аудитории. Оценка и корректировка: проводится анализ эффективности кампании, включая метрики вовлеченности, конверсии и ROI. 2.Роль каждого этапа: Планирование обеспечивает четкое направление и ресурсы для кампании. Разработка креативных концепций позволяет создать уникальные и запоминающиеся рекламные сообщения. Реализация обеспечивает распространение этих сообщений среди целевой аудитории. Оценка и корректировка помогают оптимизировать кампанию и повысить ее эффективность.	2 балла -полный правильный ответ; 1 балл - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

255	Управление творческим коллективом при разработке маркетинговой программы представляет собой сложный и многогранный процесс, требующий от руководителей не только профессиональных навыков, но и способности вдохновлять, мотивировать и эффективно организовывать работу команды. Ключевые аспекты управления творческим коллективом: 1. Первый шаг к успешному управлению творческим коллективом — это формирование команды, которая объединяет людей с различными навыками и опытом. Важно учитывать: - Разнообразие навыков: команда должна включать специалистов из разных областей, таких как копирайтинг, графический дизайн, аналитика и PR. Это обеспечивает комплексный подход к разработке маркетинговой программы. - Совместимость личностей: Учитывая, что креативные люди могут иметь разные стили работы и коммуникации, важно создать гармоничную атмосферу в команде. Это можно сделать через командные тренинги или совместные мероприятия. 2. Создание вдохновляющей среды. Креативность требует подходящей среды для развития. Эффективное управление включает в себя создание условий, способствующих вдохновению и инновациям: - Открытость для идей: руководитель должен поощрять свободное выражение идей и мнений. Это можно реализовать через регулярные брейнсторминги, где каждый участник может высказать свои мысли без страха быть осужденным. - Физическая среда: офисное пространство должно быть комфортным и стимулировать креативность. Это может включать зоны для отдыха, яркие цвета и возможность работать в разных форматах (например, стоя или сидя). 3. Четкая постановка целей. Для достижения успеха в разработке маркетинговой программы важна четкая постановка целей: - SMART-цели: цели должны быть конкретными, измеримыми, достижимыми, релевантными и ограниченными по времени. Это помогает команде понимать, к чему она стремится. - Регулярные проверки прогресса: важно проводить регулярные встречи для обсуждения хода выполнения задач и корректировки планов при необходимости. 4. Поощрение сотрудничества. Креативность часто возникает на стыке различных идей и мнений. Эффективное управление включает в себя:	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	- Кросс-функциональное сотрудничество: поощрение взаимодействия между различными отделами (например, маркетингом, продажами и продуктовым менеджментом) может привести к новым идеям и решениям. - Использование технологий: платформы для совместной работы помогают командам оставаться на одной волне и делиться идеями в реальном времени. 5. Обратная связь является важным элементом управления творческим коллективом: - Регулярная обратная связь: руководитель должен предоставлять конструктивную обратную связь по работе команды, что помогает выявить сильные стороны и области для улучшения. - Обучение и развитие: инвестиции в обучение членов команды (например, участие в семинарах или курсах) способствуют развитию их навыков и повышению общей эффективности работы.	
256	Креативные рекламные технологии становятся важным инструментом для брендов в условиях высокой конкуренции и быстро меняющегося рынка. Они позволяют не только привлечь внимание целевой аудитории, но и создать уникальный имидж компании, способствующий формированию долгосрочных отношений с потребителями. Основные креативные рекламные технологии, их влияние на маркетинг: 1. Виртуальная и дополненная реальность (VR и AR). Эти технологии позволяют создавать immersive-опыт, который погружает пользователей в мир бренда. Пользователи могут визуализировать товар, что не только улучшает пользовательский опыт, но и увеличивает вероятность покупки. 2. Интерактивная реклама, включает в себя элементы, которые побуждают пользователей активно участвовать в процессе. Это может быть как простое голосование или опрос, так и более сложные игры или викторины, индивидуализированные товары. 3. Геймификация включает использование игровых элементов в неигровых контекстах для повышения вовлеченности пользователей. Это может быть реализовано через конкурсы, награды за выполнение определенных действий или создание игровых приложений. Это не только стимулирует повторные покупки, но и создает эмоциональную связь с брендом. 4. Креативный контент-маркетинг включает создание уникального и ценного контента, который привлекает внимание целевой аудитории. Это может быть в форме статей, видео, подкастов или	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	инфографики. Это помогает бренду ассоциироваться с активным образом жизни и привлекает целевую аудиторию без традиционной рекламы. 5. Социальные сети и influencer-маркетинг. Социальные сети стали мощным инструментом для креативной рекламы благодаря возможности взаимодействия с аудиторией в реальном времени. Influencer-маркетинг позволяет брендам сотрудничать с популярными личностями, блогерами для продвижения продуктов. Это создает доверие к бренду и способствует его популярности среди молодежной аудитории. Креативные рекламные технологии играют ключевую роль в современном маркетинге, позволяя брендам выделяться на фоне конкурентов и устанавливать глубокие связи с потребителями. Использование виртуальной и дополненной реальности, интерактивной рекламы, геймификации, контент-маркетинга и influencer-маркетинга помогает создавать уникальные впечатления для пользователей и повышать эффективность рекламных кампаний.	
257	АВД Обоснование выбора: А. Сторителлинг — это метод, который использует рассказы и нарративы для создания эмоциональной связи с аудиторией. Он помогает сделать бренд более запоминающимся и привлекательным, так как истории могут вызывать эмоции и вовлекать потребителей на глубоком уровне. В. А/Б-тестирование: техника позволяет сравнивать две версии рекламного сообщения или элемента маркетинговой программы, чтобы определить, какая из них более эффективна. Это важный инструмент для оптимизации рекламных кампаний, так как он основан на реальных данных и помогает принимать обоснованные решения. Д. Эмоциональный маркетинг: фокусируется на создании эмоционального отклика у потребителей через рекламу. Эмоциональный маркетинг помогает установить более глубокую связь между брендом и его аудиторией, что может привести к повышению лояльности и увеличению продаж.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
258	1. К ключевым преимуществам города можно отнести: историческое наследие, живописная природа, развивающаяся инфраструктура. 2. К целевым группам можно отнеси: семьи с детьми (исторические парки, развлечения на природе), молодежь (фестивали, активный отдых), пожилые люди (экскурсии, санаторно-курортное лечение).	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	3. Наиболее эффективно способствует продвижению города как туристической дестинации инструмент комплекса маркетинга – продвижение. Эффективная рекламная кампания, PR, SMM, участие в туристических выставках способны создать яркий имидж города, донести информацию о его преимуществах до целевой аудитории и стимулировать приток туристов. Проведение культурных мероприятий является мощным инструментом для продвижения города, так как оно не только привлекает туристов, но и формирует положительный имидж территории. Культурные события, такие как фестивали, выставки и концерты, создают уникальную атмосферу и предлагают жителям и гостям города возможность взаимодействовать с местной культурой и историей. Это соответствует принципам маркетинга территорий, где важна работа с целевыми группами и создание уникального предложения для привлечения внимания к городу. В то время как реклама в социальных сетях также важна, она часто используется для поддержки мероприятий, а не как основной инструмент. Стимулирование сбыта местных товаров и ценовая политика на гостиничные услуги могут быть полезными, но они не обеспечивают такой же уровень вовлеченности и интереса к городу, как культурные мероприятия.	1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
259	1. Уникальные ценностные предложения «ЭкоЗерно»: Экологическая устойчивость: продукция производится с минимальным воздействием на окружающую среду, что привлекает экологически сознательных потребителей. Высокое качество и безопасность: продукты производятся из органических злаков, что обеспечивает их безопасность и пользу для здоровья. Уникальные рецепты и вкусы: предложение новых и оригинальных рецептов, которые отличают «ЭкоЗерно» от конкурентов. Сотрудничество с местными фермерами: поддержка местного сельского хозяйства и прямые закупки у фермеров могут стать дополнительным преимуществом. 2. Нестандартные каналы продвижения продукции «ЭкоЗерно» могут включать: Сотрудничество с блогерами и инфлюенсерами в области здорового питания: организация семинаров и мастер-классов по приготовлению блюд с использованием органических злаков. Участие в фестивалях и ярмарках здорового питания: представление продукции на мероприятиях,	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	посвященных здоровому образу жизни и органической продукции. Создание мобильной кухни или фуд-трака: организация мобильных точек продаж и дегустаций в популярных местах, таких как парки или уличные фестивали. 3. Средства интенсификации творческого мышления при разработке маркетингового плана могут включать: Метод мозгового штурма: позволяет генерировать большое количество идей без предварительной оценки их осуществимости. SCAMPER: техника, которая предполагает модификацию существующих идей путем замены, комбинации, адаптации, модификации, перестановки, исключения и перестановки элементов. Ментальные карты: визуальный инструмент, который помогает структурировать мысли и идеи, создавая связи между ними. Эти методы могут помочь команде маркетологов генерировать инновационные идеи и подходы для выделения «ЭкоЗерно» на рынке и привлечения целевой аудитории.	
260	1. Инструменты комплекса маркетинга, которые наиболее эффективно способствуют продвижению территории для привлечения инвестиций и туристов, включают: Реклама: использование рекламы в различных каналах (телевидение, печатные издания, онлайн-реклама) для широкого охвата аудитории. PR-мероприятия: организация культурных и бизнес-форумов для демонстрации потенциала территории и установления связей с потенциальными инвесторами. Социальные сети: использование социальных сетей для создания онлайн-присутствия и вовлечения аудитории через интерактивный контент. Партнерства с инфлюенсерами: сотрудничество с популярными блогерами и инфлюенсерами для продвижения достопримечательностей и бизнес-возможностей территории. 2. Факторы, которые необходимо учитывать при выборе маркетинговых инструментов для привлечения инвесторов, включают: Экономический потенциал территории: подчеркивание доступных ресурсов, инфраструктуры и налоговых льгот. Бизнес-среда: демонстрация благоприятной деловой среды, включая поддержку предпринимательства и доступ к рынкам.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Инновационный потенциал: акцент на научно-технологическом развитии и инновационных проектах. Целевая аудитория: выбор инструментов, которые наиболее эффективно достигают целевой аудитории инвесторов. 3. Аспекты территории, которые следует подчеркнуть в рекламных кампаниях для привлечения туристов, включают: демонстрацию уникальных достопримечательностей, музеев и культурных событий; подчеркивание природных красот, таких как парки, озера или горы; продвижение местной кухни и традиционных продуктов; информирование о фестивалях, концертах и других развлекательных событиях. Таким образом, эффективное продвижение территории требует комплексного подхода, который включает в себя использование различных маркетинговых инструментов и подчеркивание уникальных аспектов территории для привлечения как инвесторов, так и туристов.	
261	А3Б4В5Г2	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
262	1. Для эффективного продвижения новой серии книг можно распределить бюджет следующим образом: 1.1. Социальные сети: 50% (25 000 руб.) — эти платформы эффективны для демонстрации контента и взаимодействия с аудиторией. 1.2. Электронная почта: 20% (10 000 руб.) — для вовлечения существующих клиентов и стимулирования повторных покупок. 1.3. Контекстная реклама: 30% (15 000 руб.) — для привлечения новых клиентов, активно ищущих электронные книги. 2. Маркетинговые тактики для каждого канала: 2.1.Социальные сети: использовать визуально привлекательные обложки книг и отрывки для создания интереса; организовать конкурсы и розыгрыши книг среди подписчиков. 2.2. Электронная почта: отправлять персонализированные рассылки с рекомендациями книг на основе истории покупок; предлагать эксклюзивные скидки лояльным клиентам. 2.3. Контекстная реклама: настроить целевую рекламу по ключевым словам, связанным с электронными книгами; использовать ретаргетинг	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	для повторного показа рекламы пользователям, которые уже посещали сайт.	
263	1. Для эффективного продвижения новой линии продуктов можно разработать систему маркетинговых коммуникаций, которая включает в себя следующие компоненты: Целевая аудитория: экологически сознательные потребители. Каналы коммуникации: социальные сети, электронная почта, контекстная реклама, блог на сайте. Сообщение: продвижение экологически чистых продуктов как способа улучшить качество жизни и сохранить окружающую среду. Бюджет: 120 000 руб. 2. Маркетинговые тактики для каждого канала 2.1. Социальные сети: использовать визуально привлекательные рекламные материалы и инфлюенс-маркетинг; создавать контент-маркетинг (статьи, видео) для демонстрации преимуществ экологически чистых продуктов. 2.2. Электронная почта: отправлять персонализированные рассылки с эксклюзивными предложениями и новостями о новых продуктах; предлагать скидки лояльным клиентам и стимулировать повторные покупки. 2.3. Контекстная реклама: настроить целевую рекламу по ключевым словам, связанным с экологически чистыми продуктами; использовать ретаргетинг для повторного показа рекламы пользователям, которые уже посещали сайт. 2.4. Блог на сайте: публиковать статьи и обзоры о преимуществах экологически чистых продуктов; создавать контент, который стимулирует пользователей к подписке на рассылку или покупке.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
264	1. Процесс разработки и внедрения новой рекламной кампании в интернете для продвижения продукта содержит такие этапы: 1.1. Необходимо определить целевую аудиторию. Для этого можно использовать инструменты аналитики, чтобы собрать данные о текущих пользователях и их предпочтениях. 1.2. Формулирование целей кампании. После определения целей следует разработать креативную концепцию рекламной кампании. Это включает в себя создание уникального торгового предложения (УТП) и разработку рекламных материалов, таких как баннеры, видеоролики и текстовые объявления. 1.3. Выбор каналов распространения рекламы. Выбор каналов зависит от того, где ваша целевая аудитория проводит больше всего времени.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	1.4. Запуск рекламной кампании. Важно настроить таргетинг, чтобы реклама показывалась именно тем пользователям, которые могут быть заинтересованы в продукте. 2. В процессе работы кампании необходимо постоянно отслеживать ее эффективность с помощью инструментов аналитики. По окончании кампании важно провести детальный анализ ее результатов. Сравните достигнутые результаты с установленными целями, оцените ROI (возврат на инвестиции) и проанализируйте, какие элементы работали хорошо, а какие требуют улучшения.	
265	Б Обоснование выбора: Б. Кросс-культурный маркетинг требует глубокого понимания культурных различий, которые могут влиять на восприятие продукта и рекламных сообщений. Адаптация маркетинговых стратегий к местным традициям, ценностям и предпочтениям потребителей позволяет компаниям более эффективно взаимодействовать с целевой аудиторией. Использование универсального языка или одних и тех же рекламных материалов может привести к недопониманию и негативной реакции со стороны потребителей, что подчеркивает важность культурной адаптации.	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
266	АГД Обоснование выбора: А. Учет языкового барьера в кросс-культурном маркетинге важен, поскольку неправильное понимание или перевод сообщений может привести к искажению смысла, негативному восприятию бренда и потере доверия со стороны целевой аудитории. Г. Разные уровни доходов в различных странах могут создавать кросс-культурные барьеры в международном маркетинге, так как они влияют на покупательскую способность и предпочтения потребителей, требуя адаптации продуктов и стратегий продвижения для удовлетворения уникальных потребностей каждой целевой аудитории. Д. Культурные ценности формируют восприятие бренда, продукта и маркетинговых сообщений. Они влияют на то, как потребители интерпретируют рекламу и принимают решения о покупке. Понимание и уважение к культурным ценностям целевой аудитории критически важно для успешного маркетинга на международных рынках.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
267	1. Понимание местной культуры критически важно для успешного маркетинга в Японии, так как японские потребители ценят качество, эстетику и	3 балла -полный правильный ответ;

	традиции. Неправильное восприятие культурных норм может привести к негативной реакции на продукт и бренд. 2. Адаптируя упаковку под японский рынок необходимо обращать внимание на ее дизайн, цвет, информативность, т.к. японцы ценят тактильные ощущения, упаковка должна быть приятной на ощупь и помещаться в торговые (вендинговые) аппараты; рекламные сообщения обязательно должны учитывать местные традиции и предпочтения; при разработке каналов распространения предпочтение отдается онлайн-продажам и продажам в специализированных магазинах и торговых аппаратах.	2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
268	352146	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
269	1. Nescafé адаптирует бренд, используя локализованную рекламу, учитывающую культурные нюансы. Например, в Азии акцент делается на семейные ценности, а в Европе – на индивидуальное наслаждение. Успешным примером является кампания «Red Mug Moments», адаптированная под разные страны. Менее удачные стратегии могут включать игнорирование местных обычаев, что приводит к негативной реакции. 2. Nescafé активно использует социальные сети, таргетированную рекламу и сотрудничество с инфлюенсерами. Интеграция включает создание контента, релевантного для каждой страны. Для оценки эффективности маркетинговых усилий используются метрики вовлеченности (лайки, репосты), охват аудитории, конверсия (продажи) и упоминания бренда. Анализ этих данных позволяет корректировать стратегию в реальном времени.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
270	1. Средства массовой информации и коммуникации оказывают значительное влияние на потребительские предпочтения на международном уровне. Они способны формировать общественное мнение и влиять на потребительские настроения через рекламу и информационные сообщения. Однако, если использовать одну и ту же рекламную политику на разных рынках без учета культурных особенностей, это может привести к образованию «сходящихся общностей» и всемирных потребностей, что может быть как положительным, так и отрицательным фактором для бизнеса. 2. Примерами компаний, которые успешно продвигают стандартизированные продукты на международных рынках, являются Levi Strauss,	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Revlon, Toyota, Ford, McDonald's и Coca-Cola. Эти компании смогли создать глобальный бренд и продавать свои продукты по всему миру, часто используя схожие маркетинговые стратегии, но с учетом региональных культурных особенностей. 3.1 Выгоды: - упрощение маркетинговых процессов и снижение затрат на разработку региональных кампаний; - создание единого глобального бренд-образа и повышение узнаваемости среди потребителей. 3.2. Риски: - непонимание или игнорирование культурных особенностей может привести к негативной реакции со стороны местной аудитории; - снижение эффективности рекламы из-за отсутствия адаптации к региональным потребностям и предпочтениям.	
271	Б Обоснование выбора: Б. Определение целевой аудитории является ключевым этапом в разработке любой рекламной кампании. Понимание того, кто является вашим потенциальным клиентом, позволяет адаптировать сообщение, выбрать правильные каналы коммуникации и создать контент, который будет наиболее привлекательным и релевантным для этой группы. Без четкого понимания целевой аудитории, остальные элементы кампании могут оказаться неэффективными, так как реклама не достигнет нужных людей или не будет восприниматься ими должным образом.	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
272	АБГ Обоснование выбора: А. Без четкого понимания, кто является целевой аудиторией, невозможно эффективно планировать коммуникацию и выбирать подходящие сообщения и каналы. Знание целевой аудитории позволяет адаптировать контент и стратегии для достижения максимального эффекта. Б. Бюджетирование помогает установить приоритеты и распределить средства на различные активности, что является критически важным для успешного выполнения кампании. Г. Выбор инструментов PR — этот этап включает в себя определение методов и каналов, которые будут использоваться для достижения целевой аудитории. Это может включать пресс-релизы, социальные сети, мероприятия и другие инструменты. Правильный выбор инструментов напрямую влияет на эффективность коммуникации и восприятие бренда.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

273	1. Учитывая информацию о населении южных стран, сосредоточенном в крупных городах с высоким уровнем стресса и жарким климатом, целесообразность использования рекламы, подчёркивающей вкус, аромат и стимулирующие жизненную активность свойства кофе, вызывает сомнения. 2. При разработке рекламной кампании следует учесть следующие факторы: Климатические условия. Образ жизни. Культурные особенности. Конкуренция. 3. Климатические условия. Высокие температуры могут влиять на восприятие кофе. В жару люди чаще предпочитают холодные напитки. Поэтому стоит рассмотреть возможность продвижения холодных вариантов кофе, что будет более актуально для данной аудитории. Образ жизни. Жители крупных городов, испытывающие постоянные стрессы, могут искать способы расслабления и восстановления энергии. В рекламе важно акцентировать внимание на том, как кофе может помочь в борьбе со стрессом и усталостью. Культурные особенности. Если в южных странах кофе не является традиционным напитком, то реклама должна быть адаптирована к местным вкусам и предпочтениям. Возможно, стоит использовать местные ингредиенты или сочетания, которые будут более привлекательны для потребителей. Конкуренция. В условиях перенасыщенности рынка важно выделиться среди конкурентов. Необходимо учитывать, что потребители могут быть уже знакомы с другими брендами и продуктами. Поэтому важно предложить что-то новое и уникальное.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
274	1. Демографические критерии: 1.1. Возраст: основная аудитория состоит из молодежи и представителей поколения Z (18-35 лет), которые ищут уникальные и нестандартные продукты. 1.2. Пол: Бренд ориентирован на мужчин и женщин, однако акцент на хэви-метал и панк-культуру может привлекать больше мужчин. 1.3. Социальный статус: Liquid Death ориентирована на людей с разным уровнем дохода, но особенно привлекает тех, кто готов платить за уникальные и экологически чистые продукты. 2. Психографические критерии:	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	2.1. Интересы: Целевая аудитория включает любителей музыки, особенно хэви-метала, активистов, спортсменов и креативщиков. Люди, ценящие оригинальность и альтернативные стили жизни, составляют значительную часть потребителей. 2.2. Ценности: Бренд активно поддерживает экологические инициативы, что привлекает экологически сознательных потребителей. Ценности устойчивого развития и борьбы с пластиковыми отходами находят отклик у аудитории. 2.3. Стиль жизни: Liquid Death позиционируется как альтернатива традиционным напиткам для тех, кто ведет здоровый образ жизни и отказывается от алкоголя и наркотиков. Это привлекает людей, стремящихся к социальной идентичности через выбор продуктов. 3. Таким образом, целевая аудитория Liquid Death – это молодёжь и активные взрослые, которые ценят уникальность, экологическую ответственность и альтернативные культурные проявления.	
275	А3Б4В2Г6Д1	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
276	3145276	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
277	1. Площадка эффективна, т.к. Чемпионат Мира привлекает огромную аудиторию, совпадающую с целевой аудиторией EnergyBoost (молодые, активные люди). Высокий охват обеспечивает узнаваемость бренда. 2. Метрики: увеличение узнаваемости бренда (Brand Awareness) после трансляций, рост продаж в целевых регионах, анализ упоминаний EnergyBoost в социальных сетях и СМИ. 3. Улучшения: интегрировать Product Placement более органично (например, показ напитка во время перерывов, использование в сюжетах о подготовке команд), использовать амбассадоров из числа известных футболистов, проводить конкурсы и акции, связанные с EnergyBoost и Чемпионатом Мира.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
278	В Обоснование выбора: В. Поисковая оптимизация (SEO) - это процесс улучшения видимости сайта в поисковых системах, что позволяет увеличить органический	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи

	трафик. SEO включает в себя оптимизацию контента, структуры сайта и внешних ссылок, что делает его ключевым инструментом для достижения высоких позиций в результатах поиска. В отличие от других инструментов, таких как социальные сети или email-маркетинг, SEO непосредственно влияет на то, как сайт воспринимается поисковыми системами.	
279	1. Целевая аудитория: женщины в возрасте 25-45 лет, заботящиеся о здоровье семьи и экологии; молодые родители, ищущие безопасные продукты для детей; люди с аллергиями или чувствительной кожей. 2. Выбор каналов продвижения. 2.1. Социальные сети: эти платформы идеально подходят для визуального контента и взаимодействия с пользователями; 2.2. Контекстная реклама: это поможет привлечь пользователей, которые активно ищут экологически чистые продукты. Настройка таргетинга по ключевым словам и геолокации; 2.3. Email-маркетинг: создание базы подписчиков через сайт и социальные сети позволит информировать клиентов о запуске продукта, специальных предложениях и акциях.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
280	1. Культурные аспекты: 1.1. Япония: японцы предпочитают продукты с низким содержанием сахара и соли. Упаковка должна быть эстетически привлекательной и информативной. 1.2. Бразилия: бразильцы любят яркие вкусы и разнообразие. Важно акцентировать внимание на местных ингредиентах и традиционных рецептах. 2. Адаптация сообщения: 2.1. Япония: в рекламном сообщении акцент на натуральность и эстетику. 2.2. Бразилия: в рекламном сообщении акцент на яркие вкусы и культурные традиции. 3. Каналы продвижения: 3.1. Япония: реклама в журналах о здоровье и сотрудничество с известными шеф-поварами. 3.2. Бразилия: уличные мероприятия и фестивали, а также реклама в социальных сетях, ориентированных на молодежь, реклама на футбольных матчах.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
281	А6Б5В1Г2Д4	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
282	25134	1 балл — полное правильное соответствие;

		0 баллов — остальные случаи
283	В Обоснование выбора: В. Фокус-группы представляют собой метод качественного исследования, позволяющий собрать группу людей для обсуждения определенной темы. Модератор направляет дискуссию, поощряя участников делиться своими мыслями, чувствами и убеждениями. В отличие от опросов, где ответы часто поверхностны, фокус-группы позволяют проникнуть глубже в сознание потребителей, выявить их неосознанные мотивы и причины выбора, а также понять контекст их потребительского поведения.	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
284	1. Рекомендуется комбинация методов: опросы, фокус-группы, эксперименты (тестирование прототипов). 2. Опросы используются для выявления общих потребностей и предпочтений целевой аудитории; фокус-группы - для глубокого понимания мотивов и опасений; эксперименты (тестирование прототипов) - для оценки удобства использования и востребованности конкретных функций. Каждый метод позволит получить разные типы данных и снизить риск принятия ошибочных решений.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
285	Опрос позволяет получить количественные данные о предпочтениях целевой аудитории. Вопросы: «Как часто вы посещаете кофейни?», «Какие напитки предпочитаете?», «Что наиболее важно при выборе кофейни (цена, атмосфера, качество)?». Ответы помогут определить ценовую политику, ассортимент и особенности оформления. Фокус-группа дает возможность получить качественную информацию о мотивах и мнениях потребителей. Вопросы: «Что вам нравится/не нравится в существующих кофейнях?», «Что бы вы хотели видеть в новой кофейне?». Ответы помогут улучшить сервис и создать уникальное предложение. Анализ конкурентов помогает оценить сильные и слабые стороны конкурентов. Изучите их меню, цены, рекламные кампании, расположение. Это позволит выявить конкурентные преимущества и разработать эффективную стратегию позиционирования.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
286	1. Проблемы: 1.1. Неудовлетворенность ассортиментом (возможно, клиенты ищут новые вкусы или альтернативные напитки). 1.2. Конкуренция (появление новых кофеен или акций у конкурентов. 2. Методы:	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/

	2.1. Опрос посетителей: выявить предпочтения, узнать о конкурентах, получить обратную связь. 2.2. Анализ данных о продажах: определить, какие позиции пользуются наименьшим спросом.	ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
287	1. Для успешного запуска смарт-термостата компании «ТехноСтарт» крайне важно провести комплексный анализ рынка. Рекомендуется начать с кабинетных исследований, включающих анализ отчетов маркетинговых агентств и статистических данных о рынке умных домов и термостатов. Это позволит получить общее представление о размере рынка, темпах роста и ключевых тенденциях. Далее, необходимо провести конкурентный анализ, изучив предложения, цены, маркетинговые стратегии и преимущества конкурентов. Это поможет выявить слабые места конкурентов и определить потенциальные возможности для дифференциации продукта «ТехноСтарт». Для более глубокого понимания потребительских предпочтений целесообразно использовать качественные методы, такие как фокус-группы или глубинные интервью. Эти методы позволят получить ценные инсайты о мотивациях, потребностях и болевых точках потребителей при выборе термостата. 2. Три ключевых вопроса для опроса целевой аудитории: 1) Какие функции умного термостата для вас наиболее важны (например, удаленное управление, программирование, интеграция с другими устройствами умного дома)? 2) Какой ценовой диапазон вы считаете приемлемым для умного термостата с желаемым набором функций? 3) Какие факторы влияют на ваше решение при выборе умного термостата (например, бренд, дизайн, простота установки, совместимость с другими устройствами)? Эти вопросы помогут определить приоритетные функции, оптимальную цену и ключевые факторы, влияющие на выбор потребителей.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
288	1. План проведения маркетингового исследования 1.1. Цель исследования: определить целевой рыночный сегмент и оценить потенциал рынка для экологически чистых продуктов. 1.2. Объект исследования: потребители экологически чистых продуктов, конкуренты на рынке. 1.3. Методы исследования: Кабинетные исследования: анализ существующих данных о рынке, тенденциях и конкурентах.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный;

	Опросы потребителей: для понимания потребностей и предпочтений целевой аудитории. Анализ конкурентов: оценка сильных и слабых сторон конкурентов. 1.4. Этапы исследования: Планирование: определение целей, задач и методов исследования. Сбор данных: проведение кабинетных исследований, опросов и анализа конкурентов. Анализ данных: обработка и интерпретация собранных данных. Разработка рекомендаций: на основе результатов исследования. 2. Оценка эффективности методов сбора данных 2.1. Кабинетные исследования эффективны для получения общей информации о рынке и конкурентах, но могут не дать глубокого понимания потребностей клиентов. 2.2. Опросы потребителей позволяют получить прямую обратную связь от целевой аудитории, но могут быть затратными и требовать тщательного планирования. 2.3. Анализ конкурентов необходим для понимания рыночной конкуренции и разработки конкурентной стратегии. 3. Рекомендации по разработке маркетинговой стратегии Целевой сегмент: определить сегмент потребителей, наиболее заинтересованных в экологически чистых продуктах. Ценовая стратегия: установить цены, соответствующие ценам конкурентов, но с учетом премиума за экологичность. Продвижение: использовать социальные сети и партнерство с экологическими организациями для повышения осведомленности о продуктах.	0 баллов – остальные случаи
289	42513	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
290	А4Б6В2Г1Д5	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
291	Б Обоснование выбора: Б. Увеличение доли рынка подразумевает, что компания не только привлекает клиентов, но и	1 балл — полное правильное соответствие;

	успешно конкурирует с другими на рынке, что демонстрирует успешность маркетинговой стратегии.	0 баллов — остальные случаи
292	1. Компания «Сбер» создает уникальные предложения через разработку новейших технологий, таких как мобильные приложения и разнообразные цифровые сервисы. Например, запуск СберМаркет и СберЗдоровье, предлагающих пользователям дополнительные возможности. Компания удерживает лидирующие позиции на рынке, а создание уникальных проектов и предложений выделяет ее среди множества конкурентов. Деятельность компании направлена на удовлетворение запросов клиентов из разных сегментов рынка. При этом используются разнообразные маркетинговые инструменты продвижения. 2. Таким образом, маркетинговая стратегия компании «Сбер» – это стратегия дифференциации.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
293	1. Целевая аудитория: миллениалы (25-40 лет), ведущие активный образ жизни, заботящиеся о здоровье, осознанно выбирающие продукты питания. Они ценят натуральность, удобство и этичность брендов, стремятся к балансу между работой, спортом и социальными активностями. Основные преимущества продукта: органический состав, натуральные ингредиенты, удобная упаковка для перекуса «на ходу», разнообразие вкусов, заряд энергии без вреда для здоровья. 2. Миллениалы – ключевая аудитория для органических продуктов. Они ищут здоровые альтернативы и готовы платить больше за качество и экологичность. Удобство и доступность важны для их динамичного образа жизни. Ключевое сообщение акцентирует внимание на натуральности, энергии и осознанном выборе, что соответствует ценностям этой аудитории.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
294	1. Распределим продукты по матрице BCG: «Звезды»: смартфоны (высокая доля рынка и высокий темп роста) «Дойные коровы»: планшеты (высокая доля рынка и низкий темп роста) «Вопросительные знаки»: аудиоустройства (низкая доля рынка и высокий темп роста) «Собаки»: электронные книги (низкая доля рынка и низкий темп роста) 2. Рекомендации по управлению продуктами Смартфоны («Звезды»): увеличить инвестиции в маркетинг и разработку новых функций, чтобы поддерживать	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный;

	конкурентоспособность и захватывать большую долю рынка. Рассмотреть возможность расширения линейки продуктов. Планшеты («Дойные коровы»): оптимизировать затраты на производство и маркетинг, чтобы максимизировать прибыль. Возможно, стоит рассмотреть возможность снижения цен для увеличения объема продаж. Аудиоустройства («Вопросительные знаки»): провести дополнительные исследования рынка, чтобы понять потребности потребителей. Рассмотреть возможность увеличения инвестиций в разработку и маркетинг, чтобы повысить долю рынка. Электронные книги («Собаки»): оценить целесообразность продолжения производства. Если продукт не приносит прибыли, возможно, стоит рассмотреть его вывод с рынка или продажу.	0 баллов – остальные случаи
295	1. Возможные причины падения продаж (и соответствующие маркетинговые инструменты): 1.1. Снижение осведомленности о бренде/продуктах: потребители могут не знать о новых продуктах или преимуществах «Зелёного Рая», или их узнаваемость может снизиться. Маркетинговый инструмент: запуск комплексной рекламной кампании в социальных сетях с акцентом на вирусном контенте (например, челленджи, коллаборации с блогерами, демонстрация результатов использования продуктов) и таргетированная реклама для целевой аудитории. Измеримость: отслеживание охвата, вовлеченности, переходов на сайт/магазин, роста подписчиков в социальных сетях. 1.2. Конкуренция: появление новых конкурентов или усиление уже существующих может отвлечь потребителей. Возможно, конкуренты предлагают более привлекательные цены или более эффективные маркетинговые стратегии. Маркетинговый инструмент: анализ конкурентов (SWOT-анализ). Разработка ценовой стратегии с учетом цен конкурентов, но без ущерба для имиджа бренда. Введение программы лояльности для существующих клиентов с повышенными скидками и эксклюзивными предложениями. Измеримость: сравнение показателей продаж с аналогичными периодами, анализ отзывов и жалоб клиентов. 1.3. Изменение потребительских предпочтений: изменились тренды, потребители стали требовать более инновационных продуктов или иных параметров (например, более доступная цена, особые форматы).	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Маркетинговый инструмент: Проведение маркетинговых исследований, фокус-групп, анализ потребительских трендов в отрасли (например, запрос информации о потребностях потребителей через социальные сети). Разработка новых продуктов с учетом полученных данных, например, выпуск линейки продуктов по более низкой цене, разработка новых форм выпуска, а также пересмотр дизайна и упаковки. Измеримость: анализ результатов опросов, оценка потребительского интереса к новым продуктам, отслеживание продаж новых продуктов.	
296	1. Маркетинговая стратегия Цель: увеличить долю рынка в сегменте средних цен на 15% в течение года. Целевой сегмент: потребители, ищущие качественные смартфоны по доступной цене. Позиционирование: подчеркнуть высокое качество камеры и продвинутую систему ИИ как уникальные преимущества. Ценовая стратегия: установить цену на уровне 20% выше средней цены конкурентов, но с акцентом на премиум-классе. Продвижение: использовать социальные сети, партнерство с влиятельными лицами и специальные промоакции для стимулирования продаж. 2. Оценка рисков и возможностей Риски: - высокая цена может отпугивать часть потенциальных клиентов; - конкуренция на рынке очень высока. Возможности: - уникальные технологические преимущества могут привлечь лояльную аудиторию; - растущий спрос на смартфоны среднего класса. 3. Рекомендации по корректировке стратегии Мониторинг рынка: постоянно отслеживать реакцию клиентов и конкурентов. Корректировка цены: если продажи не соответствуют ожиданиям, рассмотреть возможность снижения цены или предложения промоакций. Усиление маркетинга: увеличить бюджет на продвижение в социальных сетях и партнерство с влиятельными лицами.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
297	АБГ Обоснование выбора: Майкл Портер выделяет три базовые конкурентные стратегии: А. Лидерство по издержкам. Компания сокращает все возможные расходы, но не обязательно предлагает самые низкие цены.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/

	Б. Дифференцирование (лидерство по продукту). Для выбора этой стратегии у компании должно быть отличительное свойство, то, что позволяет её продукту быть лидером на рынке. Г. Фокусирование. Компания нацеливается на определённый сегмент рынка, а не на отличительное свойство продукта или компании.	ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
298	АВДЕ Обоснование выбора: Матрица Ансоффа предлагает четыре стратегии: А. Проникновение на рынок. Это стратегия увеличения продаж существующих продуктов на существующем рынке. В. Развитие рынка. Это стратегия, когда нужно вывести существующий продукт на новый рынок. Д. Развитие продукта. Это стратегия, когда нужно запустить новый продукт на существующем рынке. Е. Диверсификация. Это стратегия, когда новый продукт выходит на новый рынок.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
299	1. Определим прогноз объема продаж на июнь на основе экстраполяции простой скользящей средней: (125 тыс.шт + 123 тыс.шт + 130 тыс.шт + 119 тыс.шт + 126 тыс.шт) : 5 = 124,6 тыс.шт. 2. Определим прогноз объема продаж на июнь на основе экстраполяции взвешенной скользящей средней: (125 х 1 + 123 х 2 + 130 х 3 + 119 х 4 + 126 х 5) : (1 +2 +3 +4 +5) = 124,46 тыс. шт. 3. Вывод. Таким образом, прогноз объема продаж на июнь составляет от 124,46 тыс. шт. до 124,6 тыс. шт.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
300	1. Рассчитаем ROI Чистая прибыль = 35 млн. руб. – 15 млн. руб. = 20 млн. руб. ROI = 20 млн. руб. ÷ 15 млн. руб. × 100% = 133,33% 2. Оценка результативности кампании. Поскольку фактический ROI (133,33%) превышает целевой (100%), то маркетинговая кампания «ТехноМаркет» может быть признана успешной. 3. Вывод. ROI составил 133,33%. Кампания считается успешной, так как фактический ROI превышает целевой.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

301	А4Б3В1Г5Д2	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
302	41532	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
303	Б Обоснование выбора: В случае эффективного подхода к управлению затратами и дальнейшей обработки изделия А и вместо продажи его в точке разделения, прибыль компании составит 100000 руб. 5000 шт. х (500 руб. - 400 руб.) – 400000 руб. = 100000 руб.	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
304	БВГ Обоснование выбора: Б. На этапе распределения затрат на ресурсы происходит определение структуры ресурсов, а также перечня затрат, направляемых на обеспечение деятельности каждого ресурса, и распределяются затраты на ресурсы. В. Перенесение стоимости ресурсов на операции стоимость ресурсов переносится на операции пропорционально драйверам ресурсов: рабочие часы (для персонала), машинное время (для оборудования) и т. п. Г. Распределение стоимости основных операций на объекты затрат осуществляются пропорционально драйверам. В качестве драйверов операций выступают количественные характеристики самих объектов затрат, в денежном или натуральном выражении.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
305	1. Чтобы определить стоимость выполнения заказа для сторонней организации, заводу необходимо учесть не только прямые затраты на выполнение заказа (80 млн. руб.), но и упущенную выгоду от другого заказа (20 млн. руб.), который пришлось отменить. Следовательно, минимальная цена выполнения заказа для сторонней организации должна составлять: 80 млн руб. (затраты) + 20 млн руб. (упущенная выгода) = 100 млн. руб. 2. Вывод: заводу следует установить цену выполнения заказа в размере 100 млн рублей, чтобы компенсировать как понесённые затраты, так и упущенную выгоду.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

306	1. Необходимые шаги для разработки программы оптимизации затрат: 1.1. Проанализировать все затраты. Чтобы определить статьи затрат, которые больше всего влияют на бизнес, необходимо взять за основу фактические расходы за год. Для ранжирования затрат по структуре, величине и влиянию на бизнес можно разработать методику, основанную на весовых коэффициентах для каждой из статей. 1.2. Составить график сокращения расходов. При оптимизации расходов на заработную плату может потребоваться сокращение персонала. Необходимо установить контроль за командировочными и представительскими расходами. 1.3. Пересмотреть долгосрочные и финансовоемкие инвестиционные проекты. Для сохранения и устойчивого роста бизнеса рекомендуется отказаться от долгосрочных и финансовоемких проектов с высокими рисками. 1.4. Рефинансировать кредитный портфель. Для этого важно провести переговоры с поставщиками о снижении цен, сохраняя при этом качественный сервис. 2. Рекомендация: важно помнить, что у каждого убыточного бизнеса есть своя причина. Убыток может возникать из-за неправильно рассчитанной себестоимости товара или услуги, неправильно выстроенных бизнес-процессов. Чем раньше компания поймёт, что работает в убыток, тем с меньшими потерями она сможет выйти из него.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
307	1. Дифференциальный доход с учетом ожидаемого объёма продаж продукции на новом рынке: 20 000 ×200 = 4 000 000 руб. 2. Дифференциальные затраты: - себестоимость товаров: 20 000 ×120=2 400 000 руб. -реклама: 100 000 + 30% = 130 000 руб. -зарплата -1 300 000+150 000=1 450 000 руб. Всего затрат 2 400 000 +130 000+1 450 000 = 3 980 000 руб. 3. Результат проведения дифференциального анализа затрат, с учетом ожидаемого объёма продаж на новом рынке 20 000 ед. 4 000 000 - 2 400 000 - 130 000 - 1 450 000 = 20 000 руб.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
308	1. Удельные переменные расходы в первом квартале определяются как себестоимость единицы продукции, уменьшенная на сумму удельных постоянных расходов: 98200 - 30200 = 68000 руб.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность /

	2. Затраты на сырье и материалы, приходящиеся на единицу продукции: в первом квартале: 0,7 х 68000 = 47600 руб. во втором квартале: 1,4 х 47600 = 66640 руб. 3. Затрат на сырье и материалы во втором квартале составило: 66640 - 47600 = 19040 руб. 4. Удельные переменные расходы во втором квартале составили: 68000 + 19040 = 87040 руб. 5. Себестоимость продукции во втором квартале по условию возросла на 22800 руб. и составила: 98200 + 22800 = 121000 руб. 6. Удельные постоянные расходы во втором квартале составили: 121000 - 87040 = 33960 руб. 7. На сколько процентов изменился объем производства. Найдя отношение удельных постоянных расходов в первом квартале к удельным постоянным расходам второго квартала, получим коэффициент изменения объема производства: 30200: 33960 =0,89 Значит, объем производства во втором квартале по сравнению с первым сократился на 11% (1,0 – 0,89) х 100 = 11,0% Результаты проведенных расчетов показали, что объем производства во втором квартале снизился на 11%. Применяя на практике эффективный подход к управлению затратами принято решение пересмотреть политику управления затратами на предприятии.	ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
309	А3Б1В5Г2Д6	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
310	3524176	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
311	Г Обоснование выбора: Брендовая идентичность определяет структуру и иерархию бренда, так как она включает уникальные характеристики и качества, отличающие бренд от конкурентов и формирующие его образ в сознании потребителей. Идентичность помогает	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи

	бренду выделяться, привлекать целевую аудиторию и выстраивать долгосрочные отношения с клиентами.	
312	1. Положительное влияние брендов на потребительское поведение: - повышение узнаваемости товаров и услуг; - создание положительного имиджа компании; - формирование лояльности к бренду; - повышение доверия к продукции; - стимулирование повторных покупок; - повышение статуса и престижа бренда. 2. Отрицательное влияние брендов на потребительское поведение: - формирование зависимости от бренда; - переплата за бренд; - влияние рекламы на выбор товара; - навязывание стереотипов и ценностей; - снижение интереса к оригинальным продуктам; - негативное влияние на экологию (переработка упаковки).	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
313	1. Основные направления стратегического развития портфеля брендов включают: 1. Определение сути бренда и причины его возникновения, распределение функций по зонам влияния брендов в портфеле. 2. Поиск подтверждения в атрибутах портфеля, определение возможностей, которые он предоставляет (лидерство, снижение рисков или обновление компетенций). 3. Определение ролей брендов в портфеле, используя подход Дэвида Аакера (стратегический бренд, запускающий бренд, дойная корова, серебряная пуля). 4. Определение отношения брендов внутри портфеля и выбор стратегии (бренд-дом, суббренды, рекомендация бренда, дом брендов). 5. Формирование стратегии вывода брендов на рынок, определение эффективности реализации и подсчёта результатов.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
314	Разработка стратегии включает следующие этапы: 1. Анализ рынка и конкурентов: провести анализ рынка экологически чистых продуктов питания, выявить основных конкурентов компании «Экофуд», определить их сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы для компании. 2. Определение целевой аудитории: определить целевую аудиторию компании, учитывая возраст, пол, интересы, доходы и другие характеристики потенциальных покупателей экологически чистых продуктов питания.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный;

	3. Разработка позиционирования бренда: разработать позиционирование бренда компании «Экофуд», учитывая её уникальность, преимущества перед конкурентами и потребности целевой аудитории. 4. Создание визуальной идентичности бренда: разработать логотип, цветовую гамму, шрифты и другие элементы визуальной идентичности бренда компании «Экофуд», которые будут отражать позиционирование бренда и соответствовать его миссии и ценностям. 5. Разработка коммуникационной стратегии: разработать коммуникационную стратегию для продвижения бренда компании «Экофуд», включая определение каналов коммуникации, создание контента и проведение рекламных кампаний. 6. Управление брендом: предложить систему управления брендом компании «Экофуд», включая контроль за соблюдением стандартов качества продукции, мониторинг отзывов и предложений потребителей, а также корректировку стратегии управления брендом в зависимости от изменений на рынке и потребностей целевой аудитории.	0 баллов – остальные случаи
315	Колесо бренда для компании «7 Телеком» может выглядеть следующим образом: 1. Атрибуты: надёжность и стабильность; инновации и технологии; доступность услуг и продуктов; удобство использования. 2. Преимущества: высокое качество связи и интернета; широкий спектр услуг и тарифов; выгодные предложения для клиентов; простота и удобство использования услуг. 3. Ценности: забота о клиентах; стремление к развитию и улучшению; открытость и прозрачность; уважение к пользователям. 4. Персоналия: дружелюбный и отзывчивый персонал; технологичность и инновационность; доступность и понятность информации; ориентация на потребности клиентов. 5. Суть бренда: быть лидером в сфере телекоммуникаций и цифровых услуг; предоставлять качественные продукты и услуги для удовлетворения потребностей клиентов; стремиться к постоянному развитию и улучшению сервиса;	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	заботиться о своих клиентах и создавать для них комфортные условия использования наших услуг.	
316	1. Основное содержание бренда Chanel - французская компания по производству дорогой модной одежды, люксовой парфюмерии и косметики, ювелирных изделий и других предметов роскоши. 2. Успех бренда Chanel заключается в следующих факторах: - безупречное качество продукции; - политика продаж, способствующая близости и сотрудничеству с клиентами; - классическая коммуникационная стратегия; - сохранение ценностей бренда; - разнообразный ассортимент. 3. Дом Chanel использует стратегию позиционирования как символа элегантности и роскоши. Это предполагает создание уникального образа бренда, который резонирует с целевой аудиторией и отличает его от конкурентов. 4. Репутационные и коммуникационные риски, с которыми сталкивается бренд Chanel: Подделка продукции. Поддельные товары, иногда продаваемые со скидкой, обманывают покупателей и делают бренд более доступным, что подрывает его уникальность. Изменение предпочтений потребителей. Чтобы оставаться актуальным и сохранять долю рынка, бренду нужно прогнозировать новые тренды.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
317	АБВ Обоснование выбора: А. Актуальность позволяет бренду оставаться на волне изменений в обществе, технологиях и предпочтениях потребителей. Если бренд не отвечает современным требованиям, он рискует потерять свою привлекательность и утратить связь с клиентами. Б. Простота в позиционировании помогает потребителям быстро понять, что предлагает бренд и какие преимущества он предоставляет. Сложные и запутанные сообщения могут привести к недопониманию и потере интереса. Четкое и лаконичное позиционирование делает бренд более запоминающимся и доступным для широкой аудитории. В. В условиях высокой конкуренции важно, чтобы бренд выделялся на фоне других. Уникальное торговое предложение помогает создать четкое представление о том, что делает продукт или услугу особенными. Отличие может быть связано с качеством, ценой, дизайном или уровнем обслуживания. Бренды, которые умеют подчеркнуть	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	свои уникальные черты, имеют больше шансов на успех.	
318	ВД Обоснование выбора: В. Качество продукции является основным фактором, определяющим восприятие бренда потребителями. Если товар отвечает высоким стандартам, он вызывает доверие и удовлетворение у клиентов. Положительный опыт использования продукции способствует формированию положительного имиджа бренда, что, в свою очередь, приводит к повторным покупкам и рекомендациям. Д. Качество обслуживания играет не менее важную роль в формировании бренд-имиджа. Даже самый лучший продукт может быть испорчен плохим обслуживанием. Клиенты ценят внимание к своим потребностям, оперативность и профессионализм сотрудников. Компании, которые обеспечивают высокий уровень сервиса, создают у клиентов ощущение ценности и заботы, что укрепляет их имидж.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
319	1.Сумма переменных издержек на единицу продукции, руб.: 44,0+16,0+23,0+31,0=114,0 руб. 2. Переменные издержки на всю продукцию составят, руб.: $10200 \times 114{,}0 = 1162800$ руб. Рассчитаем переменные издержки на единицу продукции, руб.: 1162800:10200 = 114,0 руб. 3. Общая сумма выручки от продажи продукции, руб.: 10200 х 250=2550000 руб. 4. Маржинальную прибыль, руб.: 2 550 000 -1 162 800=1 387 200 руб. В результате эффективного управления затратами и принятого решения использовать для внутренних целей метод учета переменных затрат, предприятие получит маржинальную прибыль в сумме 1 387 200 руб.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
320	1. Для эффективного управления затратами предприятием выбран метод высшей и низшей точек. Применение метода позволит своевременно принять решения по распределению общепроизводственных расходов на постоянную и переменную часть. 2.Отклонение в объемах производства в максимальной и минимальной точке за отчетный год: 3000 – 1800 = 1200 шт. Отклонение в затратах производства в максимальной и минимальной точке за отчетный год: 280000 – 170000 = 110000 руб.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный;

	3. Ставка переменных расходов на единицу продукции в максимальной и минимальной ставке (коэффициент реагирования): 110000 : 1200 = 91,667 руб. 4. Сумма переменных расходов в максимальной точке (в марте): 91,667 х 3000 = 275000 руб. Сумма переменных расходов в минимальной точке (в июне): 91,667 х 1800 = 165000 руб. 5. Размер постоянных затрат в максимальной и минимальной точке: в максимальной точке 280000 – 275000 = 5000 руб. в минимальной точке 170000 – 165000 = 5000 руб.	0 баллов – остальные случаи
321	А4Б3В2Г5Д6	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
322	213456	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
323	Б Обоснование выбора: Б. Коммуникационная политика исходит из необходимости оценки стратегической роли ее отдельных направлений (реклама, стимулирование сбыта, паблик рилейшнз, личные продажи) и поиска их оптимального сочетания для обеспечения четкости, последовательности и максимизации воздействия коммуникационных программ на отдельных потребителей и общество, что является важным для продвижения транспортных услуг.	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
324	1. E = 8 / 6 = 1,3. E = 1,3 > 1. Ответ: E = 1,3, спрос на транспортную услугу компании эластичный. 2. Вывод. Коэффициент по модулю больше 1, значит спрос будет эластичным. При эластичном спросе незначительное снижение тарифа приводит к заметному росту погрузки, грузооборота, пассажирооборота или других показателей, характеризующих сбыт транспортных услуг.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
325	1. Внедрение логистического подхода приведет к следующим изменениям в деятельности ТЭП, осуществляющего ТЭО:	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна

	1) изменится объект управления товародвижением: переход от управления поставками к управлению цепочками поставок; 2) изменится роль экспедитора: он не просто организует доставку товара от продавца к покупателю, а обеспечивает ускорение всего процесса доставки товара при условии минимальных затрат во всех элементах функционирования логистической системы; 3) ответственность экспедитора расширяется на всю цепочку поставок; 4) изменяется роль транспорта в ТЭО: транспорт перестает быть обособленной отраслью и становится производителем широкого круга логистических и комплексных услуг; 5) в стоимости услуги по перемещению товара или груза основной составляющей становятся логистические, а не транспортные затраты.	ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
326	1. Уровень конкуренции на рынке часто измеряют через уровень концентрации. Индекс IHH (Херфиндаля-Хиршмана) представляет собой сумму квадратов долей рынка всех продавцов. Чем меньше индекс Херфиндаля–Хиршмана, тем меньше концентрация компаний на рынке. Рассчитаем индекс: IHH = 302 + 252 + 202 + 152 + 102 = 2 250 2. Вывод: IHH равен 2 250, что соответствует умеренному уровню концентрации. На рынке присутствуют несколько крупных игроков (доли 30%, 25%, 20%), но уровень конкуренции сохраняется. Такой рынок можно охарактеризовать как олигополистический, где конкуренция ограничена, но не отсутствует полностью. 3. Рекомендации: Для регуляторов: требуется мониторинг рынка, чтобы предотвратить слияния крупных игроков, которые могут увеличить HHI выше 2500. Для компаний: необходимо усиливать конкурентные преимущества (например, улучшение сервиса, снижение издержек) для удержания или увеличения рыночной доли.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
327	1.Сущность правила оптимальной вероятности результата состоит в том, что из возможных решений выбирается то, при котором вероятность результата является приемлемой для инвестора. С учетом данных задачи можно определить вероятность перевозки груза без кораблекрушения. Она равна 1 – 0,05 = 0,95.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности /

	Затраты владельца на страхование груза, т.е. его потери при перевозке груза без кораблекрушения, составляют 3 млн. руб. (3% от 100 млн. руб.). Для решения вопроса определим величину выигрыша владельца груза для двух вариантов его действия. При страховании владельцем груза его выигрыш составляет 0,05 × 100 + 0,95 ×(-3) = 2,15 млн. руб. При отказе от страхования убыток равен 0,05 (-100)+ 0,95×3 = - 2,15 млн. руб. Владелец принимает решение страховать свой груз, так как оно обеспечивает ему наибольший выигрыш. 2. Дальнейшие меры: выбор страховой компании; оптимизация страхового тарифа; снижение рисков; рассмотреть страхование от других рисков (порча груза, задержка доставки). анализ альтернатив - сравнить стоимость перевозки другими видами транспорта (железнодорожным, авиа) с учетом рисков.	ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
328	1. Оценить результативность маркетинговых мероприятий для эффективного обеспечения транспортно-экспедиционных услуг возможно на основе расчета годового экономического эффекта от предложенных маркетинговых мероприятий и расчета эффективности затрат. Годовой экономический эффект от маркетинговых мероприятий рассчитывается как разница величины дополнительной прибыли компании и затрат на маркетинговые мероприятия. Рассчитаем величину дополнительной прибыли предприятия и затрат на маркетинговые мероприятия: Пдоп = 7 000 000 × 0,08 = 560 000 руб. Годовой экономический эффект от маркетинговых мероприятий составит: Эгод = 560 000 руб.– 350 000 руб.= 210 000 руб. Эффективность диверсификации услуг, обеспеченной за счет маркетинговых мероприятий, определяется на основе рентабельности затрат на маркетинговые мероприятия, которая рассчитывается как отношение дополнительной прибыли предприятия к затратам на маркетинговые мероприятия, выраженное в процентах: Рмаркет. затрат = 560 000 руб. / 350 000 руб. × 100% = 160%. 2. Вывод: маркетинговые мероприятия были эффективными, так как прирост прибыли превысил затраты на маркетинг.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	3. Продолжать развивать маркетинговую стратегию, возможно, увеличивая инвестиции в те направления, которые показали наибольшую эффективность. Это позволит поддерживать и усиливать положительную динамику прибыли в будущем.	
329	А3Б5В1Г6Д7	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
330	345162	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
331	А Обоснование выбора: А. Назначение консалтинга заключается в помощи бизнесу решить проблемы и достичь стратегических целей. Консультанты предоставляют специализированные знания и опыт, анализируют текущее состояние бизнеса, находят проблемы и ресурсы для улучшения, разрабатывают стратегии и предоставляют рекомендации, как оптимизировать процессы.	1 балл — полное правильное соответствие; 0 баллов — остальные случаи
332	АБ Обоснование выбора: Субъекты консалтинга в рекламе - рекламные агентства, службы, их отдельные представители и другие субъекты профессиональной рекламной деятельности. Они оказывают квалифицированное профессиональное содействие управленческим структурам различных предприятий и организаций, а также отдельным субъектам по разработке, производству и размещению рекламных кампаний, обращений и реализации программ и планов.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
333	Менеджеры могут с подозрением относиться к консалтинговым услугам по следующим причинам: 1. Риск утечки конфиденциальной информации: менеджеры опасаются, что консультанты могут передать информацию конкурентам или использовать её в собственных интересах. 2. Недостаток прозрачности: менеджеры могут считать, что консультанты не предоставляют полную информацию о своих услугах и методах работы, что вызывает недоверие. 3. Возможное влияние консультантов на решения менеджеров: менеджеры опасаются, что консультанты могут повлиять на их решения и интересы компании.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	4. Недостаток контроля: менеджеры могут чувствовать, что они теряют контроль над процессом принятия решений и стратегией развития компании, что вызывает беспокойство. 5. Возможное несовпадение ценностей и культуры: менеджеры могут считать, что ценности и культура консультантов отличаются от их собственных, что может привести к конфликтам и недоверию.	
334	Компания «ИМА-консалтинг» применила для анализа метод Mystery shopping (или тайная покупка), суть которого заключается в том, что в качестве посетителей магазина выступают специально подготовленные люди, здесь – сотрудники консалтинговой компании, которые оценивают работу персонала по заранее выбранным критериям, в данном случае - система критериев оценки была сгруппирована в три блока: качество обслуживания, интерьер торгового зала и работа консультантов, что позволило в результате выявить слабые места исследуемых обувных сетей, недостатки обслуживания и т. п.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
335	1. Определение целевой аудитории: 1.1. Провести опросы для выявления предпочтений текущих и потенциальных клиентов. 1.2. Определить, что основными потребителями органических продуктов являются: - Молодые семьи с детьми, стремящиеся к здоровому образу жизни. - Люди с заболеваниями (аллергиями, диабетом), которым необходима особая диета. - Экологически сознательные потребители, заботящиеся о природе. 2. Разработка комплексного маркетингового плана: 2.1. Продукт: увеличить ассортимент, добавить новые продукты (например, веганские закуски, органические напитки). 2.2. Цена: рассмотреть возможность введения бонусной программы или акций для постоянных клиентов, чтобы снизить барьер входа для новых покупателей. 2.3. Место: укрепить сотрудничество с магазинами органических продуктов и расширить присутствие в интернет-магазинах. 2.4. Продвижение: работать в онлайн-режиме можно через социальные сети; создать образовательный контент (вебинары, блоги) о пользе органической продукции для здоровья; провести серию дегустаций и мастер-классов в крупных торговых центрах и на специализированных выставках.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

336	1. Основные проблемы в текущей маркетинговой стратегии: 1.1. Низкая эффективность цифровой рекламы: увеличение расходов на рекламу не привело к пропорциональному росту продаж, что указывает на возможные проблемы с таргетингом или креативом рекламных материалов. 1.2. Низкий уровень вовлеченности в социальных сетях: уровень вовлеченности подписчиков составляет всего 2%, что говорит о том, что контент не вызывает интереса у аудитории или не соответствует ее ожиданиям. 1.3. Отсутствие использования современных маркетинговых инструментов: Конкуренты активно используют influencer marketing, что позволяет им привлекать новую аудиторию и повышать уровень доверия к бренду. Это отсутствие может свидетельствовать о недостаточной адаптации компании к современным трендам в маркетинге, что ставит под угрозу ее конкурентоспособность. 2. Рекомендации для улучшения маркетинговой деятельности компании: 2.1. Оптимизация цифровой рекламы: необходимо провести аудит текущих рекламных кампаний, чтобы определить, какие из них работают, а какие нет. Это может включать в себя тестирование различных креативов, таргетинг на более узкие сегменты аудитории и использование A/B тестирования для повышения эффективности. 2.2. Повышение вовлеченности в социальных сетях: рекомендуется разработать контент-стратегию, которая будет включать в себя интерактивные посты, конкурсы и опросы, чтобы стимулировать активность подписчиков. Также стоит рассмотреть возможность создания видеоконтента, который может быть более привлекательным для аудитории. Важно учитывать интересы и предпочтения целевой аудитории, чтобы контент был релевантным и вызывал эмоциональный отклик. 2.3. Внедрение influencer marketing: учитывая успешный опыт конкурентов, компании «ЭкоПродукт» следует рассмотреть возможность сотрудничества с влиятельными личностями в сфере здорового питания и экологии. Это может помочь не только увеличить охват, но и повысить доверие к бренду. Важно выбирать тех инфлюенсеров, чья аудитория совпадает с целевой аудиторией компании, чтобы обеспечить максимальную эффективность кампаний.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
337	AB Обоснование выбора:	2 балла -полное правильное соответствие;

	А. Форма рыночной организации в виде монополии существует на рынке транспортных услуг. Естественная монополия на транспорте – официально признанная неизбежная монополия на транспортировку грузов и пассажиров, исходя из соображений экономической выгоды для государства и населения. В. Рынок олигополистической конкуренции является типичным для современных видов транспорта. Он характеризуется господством немногих компаний, существующих на каждом виде транспорта. При этом каждая из компаний испытывает на себе влияние конкурентов как внутри каждого вида транспорта, так и на межтранспортном уровне.	1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
338	БГД Обоснование выбора: Б. Контент-консультирование предполагает, что консультант самостоятельно осуществляет диагностику, разработку решений и рекомендаций по их внедрению. Г. Процессное консультирование предполагает работу в команде специалистов с различными специализациями, которые объединяют свои усилия для решения сложных задач и системных изменений в бизнес-процессах. В этом случае консультант не только предоставляет рекомендации, но и активно участвует в процессе разработки и внедрения изменений. Д. Обучающее консультирование направлено на развитие и обучение сотрудников организации. Консультанты в этой сфере разрабатывают и проводят тренинги, семинары и другие обучающие программы для улучшения навыков и знаний сотрудников.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
339	К достоинствам применения аутсорсинга транспортных услуг следует отнести: 1) экономия времени, которое можно использовать на развитие собственного предприятия, исследование рынка, рекламу, маркетинг и развитие новых продуктов (сосредоточить внимание на основной деятельности), т.е. возможность сосредоточится на основной деятельности, и вкладывать деньги в ее развитие. 2) сокращение затрат и рисков на содержание и развитие логистического направления (собственный автопарк и специалисты по экспедированию грузов). 3) эффективность доставления грузов, используя отлаженные цепочки поставок транспортно-экспедиционной компании.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	4) решение проблем, возникших в процессе транспортировки, либо хранения возложено на посредника. отсутствие риска порчи, утраты, кражи товара. 5) использование высокого профессионализма и опыта персонала сторонней компании позволяют сокращать затраты на доставку и уменьшать сроки перевозки. 6) увеличение скорости оформления заказа и доставки продукции покупателю. 7) предоставление круглосуточного сервиса. Когда предприятие работает днем, то организация – посредник может работать круглосуточно, выполняя работу даже ночью. 8) повышение качества услуг и доступ к новым технологиям – аутсорсинговые компании инвестируют в совершенствование своих собственных технологий, методологий, а также в свой персонал. В первую очередь они исследуют и внедряют у себя новейшие мировые инновационные методы управления бизнес-процессами.	
340	1. Предлагается воспользоваться синхромаркетингом - это маркетинг, проводимый фирмами в условиях колеблющегося, неустойчивого спроса на их товары и услуги, обусловленного, в данном случае, низкой посещаемостью салона красоты в утренние и дневные часы будних дней и большой загруженностью в вечернее время и на выходных. Синхромаркетинг призван синхронизировать во времени спрос и предложение товаров. В данном случае спрос колеблется, его необходимо стабилизировать. 2. Потребителю предлагается выбрать определенное время посещения. Например, предоставление скидок в утренние и дневные часы в будние дни (5-10%). Также можно «поощрять» клиентов, приходящих в это время, с помощью подарков (при маникюре покрытие бесплатно и т.п.). Условия акции необходимо озвучивать в рекламных кампаниях.	3 балла -полный правильный ответ; 2 балла – - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный; 1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи